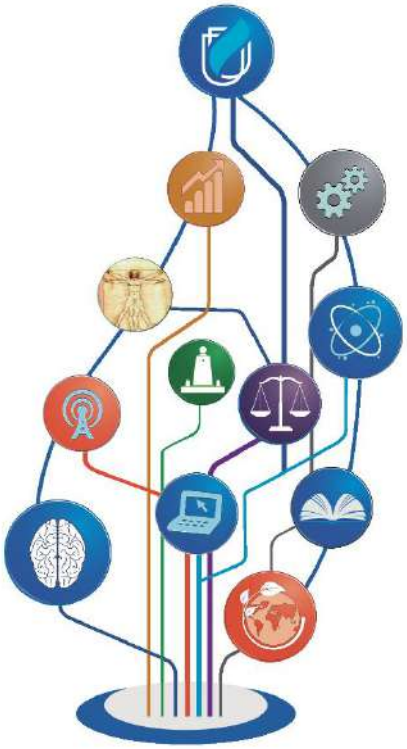
IV CONGRESO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

“SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO: RETOS Y PERSPECTIVAS”



MEMORIAS

ISBN: 978-9942-960-44-3

COMITÉ ORGANIZADOR

Dra. Leticia de Moral – Presidenta del Consejo de Regentes
Fidel Márquez Sánchez, Ph.D. – Rector Universidad ECOTEC
Carlos Ortega Santos, Ph.D. – Vicerrector Administrativo
Gilda Alcívar de Gilbert, Ph.D. – Vicerrectora Académica
Rafael Sorhegui Ortega, Ph.D. – Director de Investigación
Mario Cuvi Santacruz, Mgtr. – Facultad de Derecho y Gobernabilidad
Erika Ascencio Jordán, Mgtr. – Facultad de Ingenierías
Gino Cornejo Marcos, MBA. – Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Verónica Baquerizo Álava, Mgtr. – Facultad de Marketing y Comunicación

COMITÉ CIENTÍFICO Y EDITORIAL

Dra. Leticia de Moral – Presidente de Honor
Fidel Márquez Sánchez, Ph.D. – Presidente
Carlos Ortega Santos, Ph.D. – Vicepresidente
Gilda Alcívar de Gilbert, Ph.D. – Vicepresidenta
Rafael Sorhegui Ortega, Ph.D.
Duniesky Alfonso Caveda, Ph.D.
Giraldo León Rodríguez, Ph.D.
Mónica Llanos Encalada, Ph.D.
Alejandra Colina Vargas, Ph.D.
Iris Pérez Almeida, Ph.D.
Diego Peña Arcos, Ph.D.
César Alcácer Santos, Ph.D.
Francisco Sánchez Tortosa, Ph.D.
Roció Serrano Rodríguez, Ph.D

RELACIÓN DE PONENCIAS

TEORÍA Y DESARROLLO ECONÓMICO

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Estefanía León Espinoza Guillermo Granja Cañizares	El sector exportador de café y elaborados y su importancia en la balanza comercial del Ecuador periodo 2014 - 2018
002	Segundo Camino Mogro Gino Cornejo Marcos	Advertising spending and economic perfomance in Ecuador
003	Yanmari Paumier Frómeta Alina Chaviano Beitra Leonardo Rodríguez Mestre	Las iniciativas municipales para el desarrollo local en Moa. Evolución y Retos
004	Jorge Álvarez Chávez Mónica Larrea Paredes	Validación de un sistema de gestión de riesgos basado en la norma ISO 31000:2018 en un organismo evaluador de conformidad
005	Omar Maluk Salem	Conexión de la propensión al riesgo con el modelo TPB para la acción emprendedora. Validación de un nuevo constructo fiable para el riesgo

EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Mónica Armijos Santos Nadia Angulo Bennett	Comercio Electrónico: Conceptos y situación en el Ecuador
002	Fabiola Coello Arrata Mónica Llanos Encalada	El comportamiento organizacional como resultado de la cultura: Caso empresa del sector de la construcción
003	César Bustamante Chong Mariana Bustamante Chong	El impacto de la gestión de incentivos y ganancias de los CFOs Ética en sus decisiones de información financiera. La mediación papel de la desconexión moral
004	Orlando Sánchez Ayala Mónica Llanos Encalada	Incidencia de los planes de incentivos en el desempeño de los colaboradores en una Institución Bancaria Ecuatoriana
005	Pablo San Andrés Reyes Ivonne Paredes Chévez	Crowdfunding: An alternative of collective financing for projects in Ecuador
006	César Gutiérrez Alarcón	Argumentación teórica sobre la propuesta de un modelo financiero sostenible para PYMES
007	Víctor Tenecela González Mónica Llanos Encalada	Incidencia de los procesos de selección de personal en la calidad de los servicios de las empresas consultoras: Best Talents Consulting
008	Héctor Velasco Salguero José Noboa Salazar Mauricio Noblecilla Grunauer	Plan de optimización para incementar las ventas del segmento cobertura minorista – Caso: Distribution JCR S.A.
009	Guisella Mera Espinoza	¿El costo de capital y las políticas de financiamiento en proyectos de expansión afecta a la creación de valor de la empresa?
010	Jomaira Chévez Vargas Alina Sánchez Chávez	Exportación del banano orgánico alternativa a la diversificación de la oferta exportable desde el Cantón El Triunfo
011	Luis Herrera Gordillo Mónica Larrea Paredes	Análisis del mercado ecuatoriano de repuestos de camiones por introducción de camiones chinos y sus partes
012	José Gavica Lozano Solange Zamora Boza	Análisis de la gestión de la innovación en el área de atención al cliente de una empresa de telecomunicaciones en la ciudad de Guayaquil año 2019

013	Eliecer Campos Cárdenas Nelly Manjarrez Fuentes Verónica Ortega Manjarrez	Análisis financiero de la inversión en el sector inmobiliario en el Ecuador. Periodo 2015 - 2016
014	Nelly Manjarrez Fuentes Jhon Boza Valle Juan Carlos Cano Oscar Moncayo	La gestión del conocimiento: Una nueva visión de la gestión del Recurso Humano en los Hoteles del Cantón Quevedo - Ecuador
015	Dominic Obregón Merchán Mónica Larrea Paredes	Evolución del comercio de repuestos automotrices periodo 2014 - 2018
016	Diana Cedeño León Elba Calderón Farfán	El proceso de notificación de tasas de monitoreo y su impacto en los procesos administrativos de la Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayaquil
017	Juan Solís Muñoz Florencio García Álvarez Mercedes Neira Neira Tania Villareal Chérrez	Emprendimientos productivos ancestrales e innovadores. Caso: Alfarería de Jatunpamba
018	Eduardo Álvarez Yupa Pablo San Andrés Reyes Ivonne Paredes Chévez	Análisis del clima organizacional frente a la alta rotación del personal. Caso de Estudio: Empresa Familiar Grupquirs S.A. para la implementación de nuevas estrategias 2020
019	Henry Ortega Avilés Xavier Espinoza Herrera	La responsabilidad social empresarial como estrategia de sostenibilidad organizacional y financiera en las Pymes de la ciudad de Guayaquil
020	Joyce Muñoz Macías Yadira Armas Ortega	La gestión del conocimiento y su efecto en la calidad educativa de la Unidad Educativa Nuestra Señora del Carmen

MARKETING, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD
COMUNICACIÓN, CULTURA Y TECNOLOGÍA

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Valeria Carranza Muñoz	De las miradas del marketing: 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0 a la hiperconectividad de la comunicación 360° del consumidor actual
002	Alex Rendón Alín Carlos Escalante Vera	La psicología de color en el packaging de la marca
003	Francisco Yoong O. Lorraine Chedraui Aguirre	Propuesta de campaña publicitaria digital para mejorar la imagen de marca de una empresa de medicina integrativa
004	Ma. Alejandra Behr López Christian Gutiérrez Chiquito	Plan estratégico de comunicación interna para la Empresa Grupo Torres & Torres
005	Zaide Manzur Espín Gary Pulla Zambrano Carmen Monedero Morales	Análisis de la comunicación externa de medio de comunicación Ecuavisa en la Red Social Facebook
006	Karina Delgado Cortez Andrea Salas Menéndez	Plan estratégico de comunicación interna, Caso Ferretería Espinoza S.A., Guayaquil, Año 2019
007	Shirley Fuentes Jorge Vélez	El rol de Netflix en la cultura de entretenimiento audiovisual de las familias ecuatorianas
008	Daniel Martínez León Lola Kuri Astudillo	Modelo de reposicionamiento de la Empresa Transestiba Internacional S.A. a sus clientes de la ciudad de Guayaquil
009	Olga Sarmiento Fernández Ana Salazar Merchán	Estrategias de comunicación para potenciar la imagen e identidad del Restaurante Munchies Grill and Wings en la ciudad de Guayaquil, Año 2019
010	Carlos Samaniego Torres Ma. Viviana Murillo Párraga Gustavo Rennella Maridueña Betty García Bohórquez	El mundo que estamos construyendo: Realidades y virtualidades
011	Ma. Michelle Aguilar Plúas Carlos Samaniego Torres Víctor del Pozo Raymond Narcisa Contreras León	La construcción de la opinión pública de Guayaquileños con discapacidad auditiva a partir de los contenidos informativos de los noticieros matutinos de Ecuavisa en el 2019

012	Juan Ripalda Yánez	La radio online como medio alternativo comunitario y educativo
013	Karen Carrión M. Lorraine Chedraui Aguirre	Estrategias de marketing digital para aumentar el interés de compra de clientes potenciales en una tienda online de cosméticos profesionales
014	Andrea González Lindao Mónica Larrea Paredes	El Marketing multinivel y la venta directa vs. La importación de cosméticos en el Ecuador
015	Miguel García Torres Stefanie Flores González	Estrategias y tácticas de marketing para el reconocimiento de una nueva marca de productos en el sector industrial de climatización en el mercado Guayaquileño 2019
016	Belkys Aveiga Soriano Irene Palacios Bauz	Diseño de un modelo de estratégico de marketing de influencers para potenciar una marca de joyas
017	Dennisse Saile Quintero Silvia Aguirre Jiménez	Estrategia transmedia para promover el uso de la modalidad de desarrollo infantil integral misión ternura creciendo con nuestros hijos en comunidades vulnerables de Puente Lucía

PSICOLOGIA, BIENESTAR Y SOCIEDAD

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	César Castañeda Paredes Holger Rivadeneira Lazo	Las pausas activas para reducir el nivel de estrés en los estudiantes de nivel superior. Caso ECOTEC 2019
002	Mónica Naranjo Zambrano	Análisis del estrés laboral crónico en cuidadores del Hospital Oncológico de Solca, Año 2018
003	Celia Cabrera Ávila	La violencia como síntoma social: Un análisis desde el psicoanálisis freudiano
004	Christian Yong Peña Eduardo Villacís Alarcón Ana Morán Ramos	La comunicación asertiva como estrategia de prevención para evitar el acoso escolar en el Décimo Año de Educación General Básica de una Unidad Educativa de Guayaquil

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN INDUSTRIA Y TECNOLOGÍA

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	José Palacios Miranda Alejandra Colina Vargas	Aspectos axiológicos de los sistemas de información, su influencia en la toma de decisiones
002	Marcos Espinoza Mina Madeline Espinoza Gallegos	Metodologías para la implementación de proyectos de inteligencia de negocios: Un mapeo sistemático de la literatura
003	Luis Espinoza Mendoza	Uso del GPU en el análisis de datos
004	Alejandra Colina Vargas	El gobierno de datos y las metodologías agiles: Una revisión sistemática de la literatura en tiempos de emergencia digital
005	Manuel Ramírez Pírez Ana Arellano Arcentales	Redes definidas por software, paradigma de las redes de próxima generación
006	Mercedes Alcívar Guaigua Marcos Espinoza Mina	Técnicas de inteligencia de negocio para generación de indicadores de auditoria interna para el software ERP SAP R/3
007	Wilson Polo González	Raspberry PI y la domótica en el control de la iluminación
008	Fernando Montalvo Quizhpi	Productividad Industrial como consecuencia de la optimización en la eficiencia energética de sistemas motrices eléctricos

TURISMO, HOSPITALIDAD Y PATRIMONIO

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Cristina Pinto Buitrón Fernando Cevallos Ruales	Diseño de un proceso de gestión para reservas para el Hostal Rosario, ubicado en General Villamil, cantón Playas, Provincia del Guayas
002	Jhon Boza Valle Nelly Manjarrez Fuentes Emma Mendoza Vargas Harold Escobar Terán	Infraestructura de los emprendimientos hoteleros en el cantón Quevedo respecto a su demanda
003	Dennis Maroto Zamora César Santana Moncayo	Recorrido por Centro Histórico de la ciudad de Guayaquil con personas con discapacidad visual: Un estudio de caso
004	Ma. Alejandra Ycaza Calderón	Análisis de la importancia del departamento de ventas para un hotel nuevo caso Hotel en el cantón Durán
005	Génesis Muñoz Gorotiza Fernando Cevallos Ruales	Estudio de una propuesta de diseño de un manual para la gestión de suministros para un restaurante anónimo en el norte de la ciudad de Guayaquil en el año 2019
006	Alexandra Fuentes Torres	Análisis de la gestión de las políticas turísticas aplicadas en el cantón Nobol y su incidencia en el desarrollo de los emprendimientos turísticos locales

GESTIÓN DE LAS RELACIONES JURÍDICAS

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Carlos Calderón Borrero	Orígenes legales y su análisis en el derecho comparado
002	Odette Martínez Pérez	Hacia un dimensionamiento de la relación constitucional estado – persona natural extranjera: Una solución desde la teoría para el logro de la justicia migrante
003	Mario Cuvi Santacruz	Has excessive bureaucracy transformed commercial arbitration into a replica of litigation?
004	Fidel Egas Chiriboga	La habilitación constitucional en el comercio internacional
005	Andrea Zuleta Sánchez	Análisis del femicidio, tipificación y realidades en el Ecuador
006	Roger Nieto Maridueña	Las empresas multinacionales andinas: Situación jurídica actual en el Ecuador
007	Gabriela Núñez Alvarado Andrea Zuleta Sánchez	Violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar en el Ecuador, analizado desde la figura del hombre como víctima en los procesos de violencia
008	Pablo Pardo Moreno José Albert Márquez	La identidad nacional – popular como categoría explicativa de los procesos de representación política a partir del auge de los gobiernos populistas latinoamericanos del siglo XXI: Un acercamiento al caso ecuatoriano
009	Mercedes Coronel Gómez Carlos Alcívar Trejo Estrella Hoyos Zavala Ambar Murillo Mena	La problemática del adolescente infractor en relación a las conductas delectivas en la ciudad de Guayaquil
010	Karem González Palma Viviana Henriquez Aguilera	La negociación bilateral como mecanismo de acuerdo de paz: Caso Guerra del Cenepa

GESTIÓN DE LOS PROCESOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Odalys Marrero Sánchez Rachida Mohamed Amar Jordi Xifra Triadú	Lectura. Actividad necesaria para la escritura académica de géneros discursivos en la Educación Superior
002	Patricia Muñoz Verdezoto Lorena Bodero Arízaga Laura Luna Puente	El liderazgo pedagógico y la gestión educativa en Manta
003	Marco Jara Riofrío	Aplicación de métodos innovadores de enseñanza en el cálculo diferencial e integral en la Universidad Ecuatoriana
004	Víctor Manuel Cárdenas	Los cambios tecnológicos y el futuro de la educación en ingeniería
005	Edison Chiriboga Cisneros José Hidalgo León	Calidad en la gestión universitaria: Mejoras en el proceso de tutorías de titulación. Caso: Universidad de Guayaquil
006	Diana López Álvarez Gilberto F. Castro	Entornos de programación móviles y programación clásica, impacto en la enseñanza universitaria
007	Ana María Alcívar Alcívar	Metodología didáctica Flipped Classroom y el uso de recurso digitales: Un enfoque pedagógico desde el espacio de aprendizaje colectivo hacia el individual
008	Katherine Tarazona Meza Kasandra Saldarriaga Villamil Ma. Isabel Amor Almeida Eleticia Pinargote Macías	Tutorías resilientes para la superación personal de los estudiantes con discapacidad motora de la Universidad Técnica de Manabí
009	Patricia Muñoz Verdezoto	Programa de pensamiento crítico y creativo en la Universidad ECOTEC: Aplicación del método de proyectos
010	Verónica Baquerizo Álava	Evaluación del desempeño del docente en la enseñanza superior
011	Magaly Peñafiel Pazmiño Alida Vallejo López Melanie Castro Franco Diogo Dueñas Ramírez	Importancia de la investigación en la educación superior dirigido a estudiantes del área de la salud

012	Erika Ascencio Jordán	Competencias digitales de los estudiantes universitarios
013	Glenda Blanc Pihuave Giraldo León Rodríguez	Análisis de las competencias digitales de los profesores universitarios
014	Jimmy Fernández Noboa Johanna Navarro Espinosa	Diseño de segmentación y optimización del ancho de bandas sobre la Red Local de la Universidad ECOTEC
015	Gladys Lagos Reinoso Jhipson Alonzo Ganchoso	Las plataformas sociales en la gestión de los procesos en la Educación Superior del Ecuador

MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD
INNOVACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA AGRICULTURA

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Olga Quevedo Pinos Irma Barzola Zambrano Willan Revelo Ramírez Ángel Muñoz Quimí	Notas de un ensayo de arte de pesca vivencial en Puerto El Morro – Guayas, Ecuador
002	César Pozo Estupiñan Rafael Sorhegui Ortega	Ecoinnovación: Promoviendo el desarrollo sostenible del cantón Samborondón – Guayas, Ecuador
003	Magaly Peñafiel Pazmiño Alida Vallejo López	Invasión de caracol en los cultivos de arroz y su depredador biológico el Gavilán Caracolero

LÍNEA TEMÁTICA:

TEORÍA Y DESARROLLO ECONÓMICO

ISBN: 978-9942-960-44-3

001. EL SECTOR EXPORTADOR DE CAFÉ Y ELABORADOS Y SU IMPORTANCIA EN LA BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR PERIODO 2014-2018

Autores:

Estefanía del Rocío León Espinoza. Ingeniera En Administración de Empresas con énfasis en Negocios Internacionales. Universidad Ecotec. Ecuador. eleon@universidadecotec.edu.ec

Nelson Guillermo Granja Cañizares. Universidad Ecotec. Magister En Administración de Empresas. Coordinador de Nivelación. Docente a Tiempo Completo. ggranja@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El objetivo general de este trabajo de investigación es analizar el sector cafetero del Ecuador y su importancia en la Balanza comercial del Ecuador, periodo 2014-2018, la metodología que se aplicó es un estudio de carácter descriptivo, con un enfoque cuantitativo y utilizando como instrumento de medición las series de datos obtenidas de la revisión documental y bibliográfica de fuentes confiables. Los principales hallazgos de esta investigación se centran el decrecimiento de la producción cafetera en el Ecuador de un 8% a 1% del 2017 al 2018, principalmente por condiciones climáticas desfavorables, disminución en los créditos otorgados entre otros; por el lado de la balanza comercial esta presenta en el periodo de estudio saldos negativos y positivos de manera cíclica y el producto café aporta 0.5% en los primarios tradicionales de la balanza no petrolera.

Palabras claves: Comercio Internacional, Café, Ecuador, Balanza Comercial

ABSTRACT

The general objective of this research work is to analyze the coffee sector of Ecuador and its importance in the Trade Balance of Ecuador, 2014-2018 period, the methodology that was applied is a descriptive study, with a quantitative approach and using as an instrument of measurement the series of data obtained from the documentary and bibliographic review of reliable sources. The main findings of this research focus on the decrease in coffee production in Ecuador from 8% to 1% from 2017 to 2018, mainly due to unfavorable climatic conditions, a decrease in loans granted among others; On the side of the trade balance, it presents cyclically negative and positive balances during the study period and the coffee product contributes 0.5% in the traditional primary of the non-oil balance.

Keywords: International Trade, Coffee, Ecuador, Trade Balance

INTRODUCCIÓN

El tema de la investigación se definió como: El sector exportador de Café y Elaborados y su importancia en la balanza comercial del Ecuador Periodo 2014-2018, es por esto que se debe comenzar esta introducción indicando que el sector exportador representa divisas para el país y que además estas ayudan en el esquema de dolarización que está vigente desde el año 2000.

Referente al sector cafetalero se debe indicar que Ecuador en el periodo 2014-2018 exportó más de ciento ochenta y seis mil toneladas de café en sus distintas variedades, principalmente arábico y robusta, las cuales son muy apetecidas en el mercado europeo. (Asociación Nacional de Exportadores de Café, 2018). El café botánicamente se define de la siguiente manera, se le conoce como

> "cafeto o planta productora de café a un arbusto que se da en la región tropical de la tierra perteneciente a la familia de las rubiáceas. Abarca 500 géneros y 8.000 especies. Uno de esos géneros es el Coffea, que lo constituyen árboles, arbustos, y bejucos, y comprende unas 10 especies civilizadas, es decir, cultivadas por el hombre y 50 especies silvestres." (Cafe de Colombia, 2019)

Las especies de café robusta y café arábigo en el Ecuador puede ser cultivado en gran parte del territorio; el café arábigo se da en la costa y parte de la sierra baja, siendo Manabí la provincia con mayor superficie sembrada, mientras que el café robusto se cosecha principalmente en provincias de la sierra y oriente, como Sucumbíos y Orellana. En la región insular del Ecuador es cosechado el café de la variedad arábiga, sin mucha incidencia en la producción por las distintas regulaciones a la actividad agrícola en la zona. (Diario Expreso, 2019)

La producción y exportación del sector cafetalero del Ecuador se clasifica en dos grandes grupos: el café primario (lavado, grano, para siembra) y el café industrializado (soluble, extractos, esencias).

En cuanto al problema de investigación como tal se puede indicar que el sector cafetero del Ecuador siempre ha sido uno de los principales rubros de exportación, pese a tener una competencia fuerte con sus países vecinos como Colombia, quienes tienen una ventaja competitiva.

Siendo Ecuador un país dolarizado, su mano de obra se vuelve cara, además de que si los países devalúan sus monedas esto hace un doble efecto: por un lado, se abarata para Ecuador la compra de materia prima y asimismo las exportaciones de estos países de la región se vuelven más baratas.

Al centrar la visión un poco más en lo referente al sector, éste reporta que sus principales problemas son los altos costos de los servicios básicos, que hacen que sea imposible generar las condiciones de procesamiento del grano, además de la disminución del precio en los mercados internacionales y la aparición de competidores mundiales como Vietnam.

Problema de Investigación

¿Qué importancia tiene la exportación de café en la Balanza comercial del Ecuador?

Una vez definido el problema de investigación se detallan los objetivos de la investigación:

Objetivo general: Analizar el sector cafetero del Ecuador y su importancia en la Balanza comercial del Ecuador, periodo 2014-2018.

Objetivos Específicos

1. Revisar las principales teorías sobre comercio exterior y economía.
2. Determinar la importancia del sector exportador de café y elaborados en la Balanza comercial del Ecuador en el período 2014-2018.
3. Plantear estrategias para mejorar las exportaciones de café y elaborados.

La justificación va desde el punto de vista práctico, este sector es importante, porque representa una parte de la agricultura ecuatoriana, que además agrega en sus procesos él no exportar solamente el grano, sino productos elaborados por lo que aporta doblemente a la economía ecuatoriana.

Asimismo, existen provincias como El Oro, Manabí, entre otras, donde las variedades de café hacen que empresas como Sweet and Coffee produzcan y ofrezcan estas variedades a sus consumidores, por tanto, también existe un aporte a la cadena de comercialización interna. Por lo anterior se puede determinar que este sector es importante en el ámbito de los negocios.

Desde el punto de vista teórico se hace un aporte a las teorías del comercio exterior, la economía agrícola y la administración de este tipo de empresas. En lo que concierne a lo metodológico este estudio aporta a otros realizados sobre el sector cafetero.

Tomando en consideración el aspecto de que el café es en muchos países una de las bebidas sin alcohol más socializadoras y que las nuevas tendencias de consumo de café son crecientes, se puede aprovechar el potencial productivo ecuatoriano y promover un enfoque del producto como gourmet, de alta calidad y posicionarlo entre los cafés especiales del mundo.

Este trabajo contribuye a tomar en cuenta que aspectos del cultivo, industrialización y exportación para que exista un posicionamiento del país como marca en el mundo

DESARROLLO

El marco teórico de la investigación plantea la conceptualización de tres teorías que son las de comercio exterior debido a que se involucra al sector exportador y su implicación en la balanza comercial.

Por otro lado, las de la economía ya que depende del sistema que tiene el país el favorecer las exportaciones o las importaciones de acuerdo al contexto y realidad socioeconómica del país.

En otra vertiente se presentan las teorías de la administración para poder establecer las estrategias que fortalezcan el sector haciendo un uso eficiente de los recursos.

Teorías del Comercio Exterior: El comercio justo y la seguridad alimentaria

Desde el punto de vista económico, los pequeños y medianos productores no suelen tener acceso a precios justos en la comercialización de sus productos, sino más bien están sujetos a recibir precios que muchas veces no cubren sus costos, el beneficio normalmente se traslada a los intermediarios en vez de a los productores quienes son perjudicados gravemente en su economía. Para evitar este problema de que los productores sean tratados de forma no equitativa en la distribución de los ingresos, surge el concepto de comercio justo (Carrillo, 2018). En su artículo sobre el comercio justo, Carrillo (2018) cita algunas definiciones de comercio justo, entre las cuales se mencionan:

El comercio justo es una agrupación que se fundamenta en la transparencia e integridad, busca el desarrollo sostenible otorgando un trato igualitario a los pequeños y medianos productores. Este tipo de agrupaciones de comercio justo velan por los derechos de los productores y con la colaboración de los consumidores, logran condiciones de equidad en el comercio exterior (García, 2011).

El comercio justo es una alianza comercial cimentada en la equidad que busca condiciones igualitarias en el comercio exterior. El comercio justo busca que el progreso económico no se estanque en la clase rica sino más que bien que incluya a todos los estratos sociales. En este sentido, Stiglitz (2014) considera al comercio justo como una crítica dura al sistema financiero mundial ya que busca la redistribución de la riqueza, en su libro el precio de la desigualdad señala que el 1% de la población tiene lo que necesita el otro 99%.

Existen otras definiciones de comercio justo, no obstante, la que tiene mayor acogida a nivel internacional según la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO)[1] es que el comercio justo es un sistema comercial que busca la equidad en los tratos comerciales enfocándose en el aspecto social y medioambiental mediante la protección de los derechos de los productores desfavorecidos o pequeños (WFTO, 2018).

Como se puede observar en la figura 1, el comercio justo se sustenta en principios que cuidan la equidad en los acuerdos comerciales a través del pago de un precio justo, el no trabajo infantil, la no discriminación, entro otros aspectos y todo esto un marco de sustentabilidad o cuidado del medio ambiente. Por consiguiente, en la propuesta de cafetería sustentable se tomarán en consideración los principios de comercio justo como un marco guía para establecer una relación beneficiosa con los proveedores.

Seguridad Alimentaria

De acuerdo al Informe del Estado de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición en el Mundo (FAO, 2018) [2] la seguridad alimentaria se fundamenta en cuatros aspectos que tienen que ver con la disponibilidad de los alimentos, acceso, permanencia y aprovechamiento biológico de aquellos. La disponibilidad tiene que ver con la cantidad de víveres que estén listos en un país y que pueden originarse la producción al interior, las importaciones y donaciones. Asimismo, el almacenamiento también debe contemplarse como un elemento que afecta a la disponibilidad de los alimentos.

El acceso trata de la capacidad que tengan las familias de disponer de una cantidad suficiente de alimentos acorde a sus necesidades, en este punto los alimentos pueden provenir de

[1] World Fair Trade Organizat

[2] Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura

distintas vías como la producción propia, por ejemplo, mediante una huerta personal. Otros caminos de acceso son la compra de alimentos en los supermercados, tiendas, etc., el intercambio, las donaciones entre amistades, países, etc.

La estabilidad se refiere a que la provisión y acceso a los alimentos debe ser permanente y tener estabilidad a lo largo del tiempo. Esto quiere decir ser capaces de solucionar inconvenientes temporales que afecten a la disponibilidad y acceso a los alimentos tales como plagas, daños climáticos, escasez producida por problemas económicos y políticos, etc.

El aprovechamiento biológico se refiere a que las prácticas alimentarias deben considerar las necesidades nutricionales de los distintos miembros de las familias, no es lo mismo la alimentación de un niño, adulto o anciano. En este sentido, se debe reflexionar sobre maneras de mejorar la cadena de abastecimiento de los alimentos que va desde el almacenamiento hasta la preparación de los alimentos con la finalidad de que lleguen o se conserven más frescos para las personas y tengan intactas sus propiedades nutricionales.

Teorías Económicas: El desarrollo sustentable

En los últimos años se han producido muchas críticas, en especial de ambientalistas, dirigidas hacia el desarrollo económico y su incidencia sobre el medio ambiente y la calidad de vida de las personas. Se ha dicho que el desarrollo económico no es suficiente para alcanzar un buen nivel de vida a largo plazo, sino que se debe buscar la sustentabilidad, es decir que el desarrollo económico se realice, pero con una utilización eficiente de los recursos tales como la tierra, el aire, el agua y los distintos tipos de energía de tal manera que no se comprometan estos recursos para las generaciones posteriores (Estrella & González, 2014). Esta nueva noción de desarrollo no se ha construido de un momento a otro si no que ha tenido un recorrido histórico en el cual gradualmente se han ido incorporando distintos elementos económicos, ambientales y sociales que al día de hoy definen lo que es el desarrollo sustentable.

Se puede decir que las teorías del desarrollo surgen como una especialidad dentro de las ciencias económicas después de la segunda guerra mundial. En ese momento, estas teorías estaban abocadas al análisis de las estructuras económicas de una sociedad y las restricciones que impedían la implementación de cambios económicos en países subdesarrollados o periféricos como también se los llamaba. Por tanto, de acuerdo a Larrouyet (2015) el propósito de las teorías de desarrollo en el periodo posguerra puede sintetizarse en:

- Análisis comparativo de las condiciones de vida de un país subdesarrollado versus uno desarrollado.
- Identificación de medidas que provoquen cambios estructurales en la economía que permitan lograr mayor crecimiento económico y bienestar de la sociedad.
- Reducción de la pobreza en países subdesarrollados.

Como se puede inferir a partir de la lectura de los párrafos anteriores, la evolución del concepto del desarrollo está íntimamente ligado a los hechos económicos, sociales y culturales que han acontecido en los diferentes periodos. Por consiguiente, puede decirse que existe una relación entre las teorías de desarrollo económico y la historia, situación que se evidencia en los párrafos posteriores donde se exponen los principales enfoques de las

teorías del desarrollo hasta llegar al desarrollo sustentable. A continuación, se muestra en la tabla 1, el camino que ha seguido el desarrollo hasta llegar al desarrollo sustentable.

El desarrollo sustentable implica la interrelación de tres campos del conocimiento: lo ambiental, lo económico y lo social. Para lograr una correcta interrelación entre los tres campos antes mencionados, un país requiere de un gobierno que cree instituciones y que promueva políticas en aras del desarrollo sustentable, asimismo es fundamental el apoyo de la sociedad. De acuerdo a Reyes (2018) el desarrollo sustentable tiene los siguientes ejes clave:

- Promover proyectos e iniciativas enfocadas hacia el cuidado de la naturaleza en el planeta.
- Impulsar la producción amigable con el medioambiente.
- Crear entidades y regulaciones para fortalecer el cuidado de la naturaleza en todos ya sean productivos o no.
- Fomentar el comercio exterior basado en el desarrollo sustentable.

Como se ha visto, dentro del desarrollo sustentable, uno de sus ejes es impulsar el crecimiento y la distribución de los ingresos mediante proyectos y acciones que cuiden los recursos de la tierra, en este sentido, el negocio que se planteará estará alineado a este eje.

Recientemente, existen otros aportes importantes al desarrollo económico, uno de estos aportes proviene del economista Angus Deaton, ganador del premio Nobel de Economía en el 2015. Deaton, en esencia busca las causas de las desigualdades en el desarrollo y los inconvenientes para eliminarlas, además de la manera de medir estos factores y relacionarlos con el nivel de vida de los individuos. Deaton sostiene que la ayuda externa es perjudicial para los países y muestra que existe una correlación negativa entre el crecimiento de un país versus la ayuda que reciben. En general, aquellos países que son más ayudados, crecen menos (Deaton, 2015).

Situación Actual del café ecuatoriano

Según el (Banco Central del Ecuador, 2018) en su reporte sobre el sector agropecuario indica que en cuanto a los niveles de producción desde el 2014 este se ha ido incrementando positivamente, traducido en porcentaje su incremento sería del 1% en contraparte al 2017 que fue del 8%.
Este organismo hizo entrevistas a los productores y entre los principales resultados están que las condiciones pese a una sequía fueron buenas para el 15% de entrevistados y para el restante fueron normales; en cuanto al rendimiento por hectárea para el primer semestre fueron mayores, iguales y menores para el 31%, 60% y 9% respectivamente del total de entrevistados.

El apoyo del Gobierno también es importante y para esto el soporte de los técnicos del MAG[3] e incidieron positivamente y para el 2017 dentro de los dos meses de cosecha que tiene el café los rendimientos fueron cercanos al 10%.

[3] Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador

En contraste con las condiciones de producción el precio pagado al agricultor estuvo en 15 dólares lo cual desmotiva el sembrío:

> ¨puesto que se consideran a la agricultura como una actividad no rentable por los riesgos climáticos que afectan al cultivo y por los altos costos y bajos precios, que no permiten alcanzar alguna utilidad. ¨

En cuanto a cantones, Junín mantiene las mejores condiciones para la producción y se espera que la tendencia se mantenga en cuanto a crecimiento y supere el estimado del 1%, para las zonas de Flavio Alfaro, Jipijapa y Paján, las condiciones de las plantaciones son normales. En cuanto al volumen de producción, Jipijapa el reduciría su volumen de producción en un 30%, a diferencia de los demás.

En la provincia de Loja, los cantones Calvas, Espíndola y Celica, mantienen excelentes condiciones de las plantaciones, haciendo que el volumen crezca en 20%. En contraste las zonas cantonales de Loja, Vilcabamba y San Pedro de Vilcabamba se mantienen sin cambios.

En la provincia de El Oro, Portovelo y Marcabeli, Piñas, Atahualpa están en condiciones normales, se destaca que por el mantenimiento y los sistemas de riego de Portovelo y Atahualpa se espera un aumento en la producción del 2%.

Finalmente, en Azuay en el cantón Santa Isabel las condiciones de las plantaciones se mantienen normales.

Una variable muy importante es el crédito y lamentablemente BanEcuador ha disminuido en el primer semestre del 2018 el otorgamiento de los mismos en una tasa de decrecimiento del 19.5% y en operaciones en un 27.2%

Este decremento se da por condiciones como el clima debido a las sequías, la mano de obra que se vuelve escaza por las condiciones de contratación, la disminución de la demanda, el costo de la mano de obra y asimismo otro factor es la asistencia técnica. Se presenta a continuación el corte semestral de la producción de café medida en términos de variación porcentual, como se puede apreciar cae del 8% al 1% como se indicó en líneas anteriores.

En términos globales es necesario comprender que el café por las condiciones climáticas de ciertas zonas prácticamente se da en casi todas las regiones siendo sin embargo la costa donde mayormente se produce con un 47.88% del total de la producción, seguido de la oriental con un 41.10% y luego se encuentra la sierra con un 11%.

Esto permite variedad para satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores y es importante analizar esto porque antes del aparecimiento de algunas empresas comercializadoras el consumidor identificaba pocas por ejemplo se posicionaba que el café de Zaruma era el mejor, lo cual da como consecuencia lógica una mejor explotación del café ecuatoriano como marca internacional.

También se debe añadir a este concepto que cada zona de producción tiene su particularidad en especial porque esto es una fuente de ingresos para los productores y generan empleo directo e indirecto.

La provincia de Orellana es la líder de cultivo con más del 60%, mientras que el resto del país está entre 20 y menos de ese porcentaje, así como también llama la atención que Tungurahua y Chimborazo no siembren, pero es debido a que las condiciones dan para otros productos y

se da el principio económico de los cultivos, donde se especializan en otros que les son más rentables.

En referencia a esto el café está presente en todas las regiones porque representa un cultivo de corte permanente, una vez sembrada la planta luego el ciclo de cosecha dependiendo del grano es de 8 a 12 meses, es por esto que su producción es escalonada.

Asimismo, se puede ver cómo ha evolucionado el café históricamente en su producción desde 1992, tanto en sacos de 60 kilogramos exportados como en dólares siendo las variedades de exportación el arábigo, el robusta y el industrializado.

Para lo que concierne a Arábigo la producción ha ido cayendo desde aproximadamente 420.000 sacos hasta casi 19.000 al 2018, de igual manera con la venta en dólares. En el caso de Robusta la producción de 1992 era casi 700.000 sacos y al año anterior bordea los casi 56.000; finalmente el industrializado prácticamente ha decrecido de 377.000 ha 155.000 en 2018.

anecafé
asociación nacional de exportadores de café

EXPORTACIONES DE CAFE DEL ECUADOR
POR CALIDAD
2019
SACOS DE 60 Kg.

AÑOS	ARABIGO		ROBUSTA		INDUSTRIALIZADO		TOTAL	
	SACOS	DOLARES	SACOS	DOLARES	SACOS	DOLARES	SACOS	DOLARES
1992	412.183,00	25.725.020,51	665.797,00	38.231.522,78	376.304,17	17.970.123,08	1.454.284,17	81.926.666,37
1993	779.276,00	53.655.523,30	559.279,00	31.043.022,05	433.004,50	27.681.622,88	1.771.559,50	112.380.168,23
1994	1.402.018,00	279.584.151,27	522.256,00	86.249.431,94	571.312,50	45.445.938,88	2.495.586,50	411.279.522,09
1995	769.947,00	112.580.946,24	581.301,50	72.255.993,96	584.985,50	58.408.292,30	1.936.234,00	243.245.232,50
1996	627.739,50	78.310.284,92	542.586,00	45.616.380,06	346.794,00	29.644.431,05	1.517.119,50	153.571.096,03
1997	263.594,50	51.443.323,22	445.846,00	33.057.242,03	348.102,50	29.302.901,63	1.057.543,00	113.803.466,88
1998	191.390,70	24.974.929,21	477.149,06	40.813.052,34	411.407,02	33.899.936,86	1.079.946,78	99.687.918,41
1999	304.107,05	30.480.367,88	375.616,20	26.725.641,89	310.241,52	21.264.464,43	989.964,77	78.470.474,20
2000	201.627,52	17.300.239,79	163.775,00	6.588.201,72	330.624,25	21.593.505,98	696.026,77	45.481.947,49
2001	222.388,94	11.758.098,16	170.868,76	3.697.668,68	363.113,98	28.749.471,10	756.371,68	44.205.237,94
2002	144.204,91	8.699.191,43	74.954,98	2.032.164,26	359.381,84	31.885.567,07	578.541,73	42.616.922,76
2003	122.629,83	7.967.890,00	84.808,43	3.140.090,37	416.952,25	36.931.657,03	624.390,51	48.039.637,40
2004	149.107,41	11.737.842,03	72.958,57	2.626.891,22	483.661,95	44.832.085,61	705.727,93	59.196.818,86
2005	120.000,63	13.799.101,14	277.724,72	15.278.426,62	597.072,19	59.417.476,90	994.797,54	88.495.004,66
2006	196.956,80	24.342.126,86	230.091,63	16.859.509,56	601.483,15	63.574.714,10	1.028.531,58	104.776.350,52
2007	147.375,71	19.186.477,21	95.625,02	10.238.466,54	749.189,18	93.971.782,86	992.189,91	123.396.726,61
2008	59.575,46	9.705.292,79	65.894,82	7.582.265,35	748.608,86	108.292.972,20	874.079,14	125.580.530,34
2009	136.064,08	20.821.332,09	300.014,94	26.168.766,95	690.642,66	99.036.730,36	1.126.721,68	146.026.829,40
2010	184.398,41	39.852.130,64	210.903,44	20.900.801,38	806.048,49	111.983.813,09	1.201.350,34	172.736.745,11
2011	199.437,70	61.029.322,73	407.789,06	57.464.642,85	939.111,51	151.427.866,51	1.546.338,27	269.921.832,09
2012	114.180,55	24.901.241,61	359.311,63	50.558.417,80	1.097.452,18	198.440.131,58	1.570.944,36	273.899.790,99
2013	78.587,22	12.466.720,07	122.656,39	15.844.505,18	1.060.447,35	189.759.310,21	1.261.690,96	218.070.535,46
2014	63.591,80	13.307.345,12	87.467,65	10.778.071,40	980.578,74	154.412.077,93	1.131.638,19	178.497.494,45
2015	58.973,91	13.455.901,12	46.728,45	4.890.175,89	764.267,90	126.953.936,40	869.970,26	145.300.013,41
2016	64.122,47	14.823.565,58	20.247,45	2.081.223,19	836.804,37	129.142.742,96	921.174,29	146.047.531,73
2017	52.943,61	12.448.039,56	26.931,91	3.028.877,74	615.268,55	101.212.025,83	695.144,07	116.688.943,13
2018	18.046,82	5.606.761,27	55.186,45	6.298.517,91	409.466,25	69.106.397,87	482.699,52	81.011.677,05
2019 *	4.386,68	1.782.618,43	7.753,21	903.137,83	154.836,43	22.833.759,38	166.976,32	25.519.515,64

FUENTE: *Certificados ICO - MAG*

*: Datos hasta el mes de Mayo.-

Figura 1 Evolución de Exportaciones de Café Ecuatoriano

Tomado de (Asociación Nacional de Exportadores de Café, 2018)

Lo anterior se resume en que la producción en vez de aumentar ha disminuido casi cuatro veces, en casi 30 años ya que en 1992 la producción exportable bordeaba los 1.500.000 sacos y actualmente bordea los 167.000.

Metodología

En lo que concierne a lo metodológico se explica de la siguiente manera:

Tipo de Investigación: Descriptiva, pues hace una instantánea de lo que sucede en sector durante el período de estudio.

Enfoque de investigación: Cuantitativo y Cualitativo (Mixto), debido a que utilizará técnicas cuantitativas, relacionadas a los datos y cualitativas, como recoger la opinión de expertos. Continuando con el tipo de investigación

Método de investigación, este es Deductivo, inductivo y Analítico –sintético, pues de lo particular a lo general, y además deduce a partir de la realidad la problemática del fenómeno de estudio.

Técnicas de investigación están la revisión documental de periódicos, revistas y material impreso, además de la revisión bibliográfica de las principales bases de datos académicas; finalmente, está la observación directa, puesto que se irá al campo a comprobar la veracidad de las variables.

Instrumentos de medición son series de datos estadísticas del sector y entrevistas a profundidad, con agricultores y analistas.

Variables de investigación son:

> **Independiente:** Sector exportador de café y elaborados, pues solo se tomará en cuenta lo relacionado a este cultivo.
>
> **Dependiente:** Balanza comercial del Ecuador.

A su vez cada una de las variables se descomponen en indicadores de variable que se describen en el cuadro de Operacionalización de variables:

Tabla 1 Operacionalización de Variables

Tipo de Investigación	Enfoque de investigación	Método de Investigación	Técnica de Investigación	Instrumento de Medición	Variables de Investigación	Indicadores de Variable
Descriptiva	Cuantitativo	Analítico-Sintético	Revisión Documental Revisión Bibliográfica	Series de Datos	independiente: Sector Exportador Café y elaborados	Exportaciones FOB por producto principal Exportaciones por grupo de productos no tradicionales Participación porcentual Mercado Mundial del Café
					Dependiente: Balanza Comercial del Ecuador	Balanza Comercial Exportaciones por Continente, Área Económica y país

Adaptado de la Investigación

Variable Independiente: Sector Exportador Café y Elaborados

Exportaciones FOB por producto Principal

Se presenta la siguiente tabla donde se detalla cuanto representan para el periodo de estudio las exportaciones de café como producto primario y asimismo el café elaborado frente a los industrializados.

Tabla 2 Exportaciones FOB por producto principal: Café y Café Elaborado

Período	TOTAL EXPORTACIONES	TOTAL PRIMARIOS	Café	TOTAL INDUSTRIALIZADOS	Café elaborado
2014	25,724,432	21,493,968	24,250	4,230,464	154,045
2015	18,330,608	14,439,376	18,085	3,891,232	128,430
2016	16,797,665	12,876,708	17,856	3,920,957	130,721
2017	19,122,453	14,785,290	16,882	4,337,164	102,515
2018	21,606,134	16,967,935	12,579	4,638,199	69,943

Adaptado de (Banco Central del Ecuador, 2019)

Este indicador de variable describe en primer término por el lado del total de las exportaciones que estas tuvieron un comportamiento cíclico y que aún no se recuperan a los niveles del 2014.

Así también se mantiene la tendencia para el total de primarios, pero el aporte de estos a las exportaciones, hace entrever que la economía de Ecuador sigue siendo primario exportador, además de que el peso del café entre estos productos no es realmente significativo y que su total exportable ha ido en decrecimiento pasando de 24.250 en 2014 a 12.579 en 2018.

En cuanto a la industrialización, el comportamiento es diferente a los primarios, aunque representan menos al total de las exportaciones este si han ido creciendo, pero al ver el comportamiento de las exportaciones de café estas tienen una tendencia a la baja comenzando de 154.045 en 2014 y concluyendo en 2018 con 69.943.

De este primer indicador de variable se puede concluir que el café industrializado tiene una mayor contribución, pero sus exportaciones han ido decayendo, esto se asocia a la disminución de la producción y la demanda en las diferentes zonas cafeteras del Ecuador.

Complementando lo anterior se observa en la figura el comportamiento de las exportaciones para los años 2017, 2018 y el primer cuatrimestre del 2019. En cuanto a las petroleras que están asociadas al precio del crudo estas aumentaron en 2018 y se mantiene una tendencia al alza.

En el caso de las exportaciones por grupo de productos tradicionales el comportamiento fue a la baja y luego se experimenta una subida desde el último trimestre del 2018.

Las no tradicionales mantienen un comportamiento casi estático por lo que es de preocupante más aún en un entorno donde una de las bases de la dolarización son las exportaciones, porque ingresan dólares a la economía.

Exportaciones por grupos de productos (Tasa de Variación)

Es importante señalar las tasas de variación porque determinan el comportamiento del año actual contra el anterior, se observan los datos en la siguiente tabla

Tabla 3 Exportación por grupo de productos (Tasa de Variación)

Período	TOTAL EXPORTACIONES	Café y elaborados	No tradicionales
2014	3.9	-18.5	12.0
2015	-28.7	-17.8	-13.1
2016	-8.4	1.4	-9.0
2017	13.8	-19.6	4.2
2018	13.0	-30.9	2.4

Adaptado de (Banco Central del Ecuador, 2019)

Las lecturas de las cifras con este prisma indican que para el caso de los grupos de productos es en primer lugar la recuperación del sector exportador es notable, más aún luego de la crisis del 2015 y 2016.

Sin embargo, para el sector donde se encuentra el objeto de estudio que es café y elaborados, tan sólo para 2016 presento una tasa de variación positiva y su caída se hace más pronunciada en 2018.

En cuanto al sector de los no tradicionales su recuperación en tasa de variación es similar a la del total de exportaciones, pero se debe considerar que de acuerdo a lo analizado en la sección anterior este sector necesita mayor promoción y a esto debe sumarse incentivos al agricultor para que no deje de producir y además la asistencia técnica necesaria.

Referente a este punto se puede concluir que el sector de café y elaborados no logra crecer a un ritmo adecuado, que la producción va en declive y que por esto las exportaciones también, los agricultores de acuerdo a la encuesta que realizó el Banco Central y que se detalló en la situación actual del sector hacen prever que factores como la sequía contribuyeron a la problemática.

Participación Porcentual de los principales productos de Exportación

En este apartado se muestran los datos de enero a abril tanto en toneladas métricas, dólares y valor unitario del sector de café y elaborados.

Tabla 4 Participación porcentual del Café y Elaborados Enero-Abril 2019

	Ene - Abr 2019			
	a	b	b/a	
	Miles de TM	Miles de USD	Valor unitario USD	Porcentaje de participación
No Petroleras	3,680	4,362,528		100.0%
Tradicionales	2,758	2,653,197		60.8%
Café y elaborados	3	20,352	5,906.7	0.5%
No Tradicionales	922	1,709,331		39.2%

Adaptado de (Banco Central del Ecuador, 2019)

Se visualiza con estas cifras que el porcentaje de participación de las exportaciones tradicionales dentro de las no petroleras representan el 60.8% mientras que las no tradicionales 39.2% en el periodo Enero a abril 2019, esto es favorable ya que para lo que va del año se han ido diversificando las exportaciones.

Al profundizar en lo concerniente al sector cafetero en toneladas métricas medido en miles solo se exportaron 3.000 que representaron 20.352.000 millones a un valor unitario de 5.906,70 USD y que ya en términos de aporte dentro de los tradicionales es apenas el 0.5%.

Del análisis de este indicador se puede concluir que el sector no tiene un rubro representativo para las exportaciones ecuatorianas. Se complementa esta problemática en la siguiente tabla donde se puede observar las variaciones porcentuales para el mismo periodo comparado contra el 2018.

Tabla 5 Tasa Variación Café y Elaborados 2019 versus 2018

	Tasa de variación, porcentaje 2019 - 2018		
	Miles de TM	Miles de USD	Valor unitario USD
No Petroleras	0.5%	0.4%	
Tradicionales	0.1%	2.3%	
Café y elaborados	-24.7%	-30.6%	-7.8%
No Tradicionales	2.0%	-2.5%	

Adaptado de (Banco Central del Ecuador, 2019)

En la tabla se observa que el sector de café y elaborados decrece de 24.6% negativo a 30.6% negativo y también en valor unitario en un 7.8%, lo cual significa que los precios también decayeron.

Ante esta situación con una baja en la producción, clima desfavorable, caída en los precios no existen incentivos al productor, por lo que el papel del Estado y sus organismos es crítico, en función de la superficie sembrada en todo Ecuador.

Mercado del Café

Una vez que se comprende la situación del mercado local en cuanto a producción y variables que intervienen en el proceso, además de las condiciones del precio, se debe analizar el papel que juega Ecuador en los mercados internacionales para así determinar si se tiene una ventaja comparativa.

Se debe arrancar haciendo un análisis de la demanda, por lo cual la información proviene de los principales países importadores de café bajo la sub partida arancelaria 0901 que incluye el café, incluido el tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos de café que contengan café en cualquier proporción.

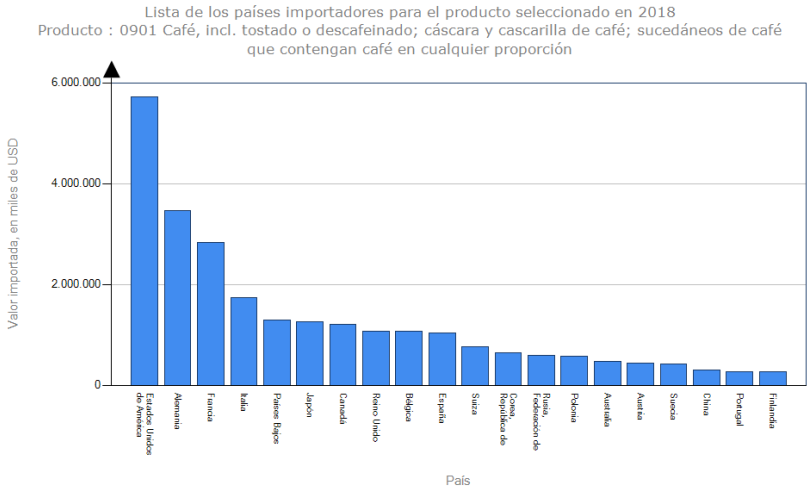


Figura 2 Demanda mundial de Café

Tomado de (TradeMap Organization, 2019)

Al observar el gráfico el principal comprador de café en el mundo es los Estados Unidos de Norteamérica, seguido de Alemania, Francia, Italia, Países bajos, Japón entre otros.Se puede concluir de este indicador que Ecuador no aparece en el concierto mundial como importador, por lo que se estima que también mucho del café producido se queda para el consumo interno, lo cual corresponde a la cultura propia del ecuatoriano que incluye el café como una bebida en desayuno, como parte de un cierre de negocio o en la noche para terminar la jornada.En este sentido, el café en cuanto a los gustos y preferencias se divide en café para pasar y el café soluble, que se mezclan con productos tradicionales ecuatorianos como son bolón, aplanchados, entre otros.

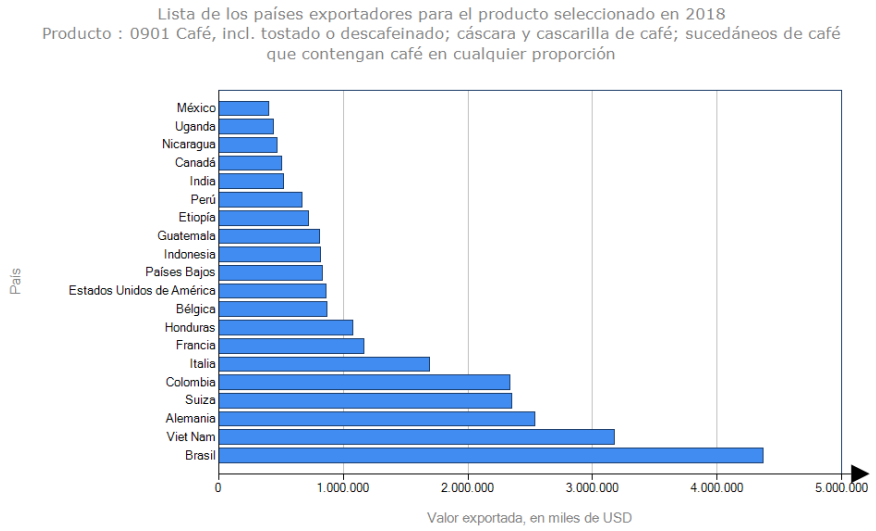


Figura 3 Oferta Mundial de Café

Tomado de (TradeMap Organization, 2019)

Los países exportadores de café son Brasil, Vietnam, Alemania, Colombia, Suiza, entre otros, a nivel de América Latina, destacan entre los 20 primeros, Nicaragua, Guatemala, Perú y México.

Como conclusión de la variable independiente y sus indicadores se puede indicar que para el caso ecuatoriano no se mantiene una ventaja comparativa para este producto en ninguna de las variedades Robusta, Arábigo o industrializado.

También se puede concluir en esta sección que la demanda bordea los 6.000 millones mientras que la oferta los 5.000 millones por tanto la tendencia natural de acuerdo a las teorías del mercado es que el precio tienda a subir, lo cual podría beneficiar para el próximo la cantidad exportada al ser valorada en dólares.

Variable Dependiente: Balanza Comercial del Ecuador

Balanza Comercial

En lo que respecta a la variable dependiente que es la balanza comercial se presenta la misma, indicando las tasas de crecimiento de las exportaciones, las importaciones y el saldo para ver cuál ha sido su comportamiento.

En un apartado posterior se presenta el destino de las exportaciones por Área, continente y país para determinar el destino de los productos ecuatorianos en el mercado internacional.

Tabla 6 Balanza Comercial del Ecuador

Período	BALANZA COMERCIAL			TASAS DE CRECIMIENTO	
	Total	Petrolera	No petrolera	Exportaciones	Importaciones
2014	-723.2	6,917.1	-7,640.2	3.9	2.4
2015	-2,129.6	2,757.0	-4,886.6	-28.7	-22.6
2016	1,247.0	2,969.1	-1,722.0	-8.4	-24.0
2017	89.2	3,713.9	-3,624.7	13.8	22.4
2018	-514.5	4,444.0	-4,958.5	13.0	16.2

Adaptado de (Banco Central del Ecuador, 2019)

Al analizar la balanza comercial del Ecuador se la secciona en Petrolera y no Petrolera, frente a esto el saldo al 2018 fue negativo luego de una recuperación de la misma en el año 2016, donde se debe recordar que hubo un control a las importaciones.

En lo que respecta a la petrolera pese a la baja en los precios del petróleo y luego a la recuperación de los mismos esta balanza siempre ha sido positiva lo que indica que Ecuador sigue dependiendo de este mineral.

En la no petrolera siempre ha sido negativa por lo cual si no existiera el petróleo ya en dolarización se debe mantener un saldo positivo en balanza comercial preferentemente.

Cuando se analiza la balanza comercial, desde la perspectiva del crecimiento de las importaciones y las exportaciones, las que deben crecer son las segundas en el caso de Ecuador las importaciones crecen, una vez levantados los controles como salvaguardas, más que las exportaciones.

Al analizar los saldos de la balanza comercial para el 2018 estuvieron negativos, excepto septiembre y diciembre fueron positivos, para lo que va del 2019 entre febrero y abril las exportaciones superaron a las importaciones.

El centro de este análisis es que Ecuador importa materias primas, bienes de capital, bienes suntuarios, pero al momento de exportar sigue con lo tradicional y primario, no existe lo industrializado y en el caso de café al haberlo hecho este no tiene valor agregado y no mantiene una ventaja comparativa frente a países como Colombia y Perú, es decir, el café ayuda a las exportaciones ecuatorianas en una mínima manera.

Exportaciones por Continente, Área Económica y país

Para cerrar el análisis es determinante conocer los mercados de destino donde Estados Unidos sigue siendo el principal socio comercial del Ecuador, seguido de la Unión Europea, pero se destaca que La Asociación Latinoamericana de integración ya representa un 28.51% con lo cual se abren oportunidades no solo para el café y elaborados sino para los productos no tradicionales.

En resumen, de los resultados se puede indicar que el café sigue siendo un producto tradicional primario, con cierto grado de industrialización, que se siembra en muchas regiones del Ecuador pero que no es un aporte importante en la balanza comercial.

Por otro lado, la balanza comercial depende del petróleo y su cambiante precio, por lo que los productos no tradicionales y tradicionales agrupados en la no petrolera, aunque tienen cierto impacto están en saldos negativos de balanza.

Propuesta de la Investigación

Para esquematizar la propuesta de la investigación, se va a proceder a realizar una matriz de problemas detectados, para a partir de ellas plantear estrategias para mejorar las exportaciones del producto.

Tabla 7 Matriz de problemas

Problema Identificado	Indicador
Decrecimiento de la Producción	Cae del 8 al 1%
Clima	Sequía
Mano de obra	Escasez
Demanda	Baja
Asistencia Técnica	Ausente
Costo de Mano de obra	Elevado
Financiamiento	Ha decrecido

Tomado de la Investigación

Como se puede observar el café se ha visto afectado principalmente por un clima desfavorable, unido a una baja en la demanda, a la escasez de mano de obra que de paso su costo es elevado y si a eso se atribuye que la asistencia técnica del MAGAP, son el caldo de cultivo para que el financiamiento disminuya por el riesgo que implica para la banca, en caso de pérdidas en la producción y esto al final redunda en la baja de la oferta exportable.

A continuación, en forma de matriz se presentan las soluciones a esta problemática identificada en la investigación.

Tabla 8 Matriz de propuesta

Problema Identificado	Propuesta
Decrecimiento de la Producción	Incentivos a la producción, sembrar con semillas certificadas que incrementen el rendimiento por hectárea
Clima	Sequía, tener reservorios de agua y utilizar el agua lluvia para que la producción no se vea afectada.
Mano de obra	Mejorar las condiciones laborales y apuntar a una flexibilización para obtener economías de escala y que el trabajador agrícola reciba una justa remuneración.
Demanda	Incursionar en nuevos nichos de mercado y en desarrollar el mercado interno, además de crear marcas blancas y marcas propias.
Asistencia Técnica	Solicitar al Gobierno Nacional capacitación técnica nacional y extranjera para que los cultivos se mantengan y se incrementen.

Costo de Mano de obra	Flexibilización laboral agrícola para que se pague por jornada y adicional se otorgue un incentivo por metas de producción, realizar clúster de producción
Financiamiento	Flexibilizar las líneas de crédito ampliando plazos y hacerlo en función del encadenamiento productivo.

Tomado de la Investigación

CONCLUSIONES

El objetivo general de la investigación era analizar el sector cafetero del Ecuador y su importancia en la Balanza comercial del Ecuador, periodo 2014-2018, de esto se desprende que, aunque el sector es importante dentro de los productos primarios y los industrializados su peso frente a la balanza no es significativo en comparación con otros productos primarios.

Al revisar las principales teorías sobre comercio exterior, economía y administración, para la primera se hizo hincapié en el comercio justo y la seguridad alimentaria, que en el mundo actual constituyen un eje fundamental para poder exportar; de la mano de esto el desarrollo sustentable indica que para que la economía pueda ayudar al desarrollo de los países debe utilizar apropiadamente los recursos y finalmente la administración estratégica también se extiende a lo agrícola por lo que esto implica una cadena de valor y que los productores vean que su negocio de café debe ser rentable y crecer en el largo plazo.

En cuanto a Determinar la importancia del sector exportador de café y elaborados en la Balanza comercial del Ecuador en el período 2014-2018, se puede indicar que no lo es pese a que se exporta el tipo Arábigo, Robusta además del industrializado este llega al 0.5%; en cuanto a la balanza comercial, se ha recuperado para los primeros 4 meses de este 2019 registrando saldo positivo, aunque sus importaciones crecen más rápido que sus exportaciones.

Entre el planteamiento de estrategias para mejorar las exportaciones de café y elaborados, los ejes de esto versan sobre la mejora del encadenamiento productivo con asociaciones entre productores, la mejora de líneas de crédito, la asistencia técnica y paliativos en infraestructura para afrontar condiciones de clima desfavorable.

BIBLIOGRAFÍA

- Arcilla, J. (2019). Crecimiento y desarrollo de la planta de café. En J. Arcilla, *Crecimiento y desarrollo de la planta de café* (pág. 22'40). Bogotá: Colombia.
- Asociación Nacional de Exportadores de Café. (2018). *Anuario.* Guayaquil: ANECAFE.
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Reporte de Coyuntura Sectro Agropecuario .* Guayaquil: BCE.
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Boletín Estadístico Mensual.* Guayaquil: BCE.
- Cafe de Colombia. (30 de Abril de 2019). *Cafe de COlombia*. Obtenido de http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/el_cafe/el_arbol_y_el_entorno/
- Carrillo, E. (2018). El comercio justo una estrategia de inclusión económica para los pequeños productores en la ruralidad ecuatoriana. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Deaton, A. (2015). *El Gran Escape.* Madrid: CFE.
- Diario Expreso. (17 de Abril de 2019). Exportación de Café con los días contados. *Exportación de Café con los días contados*, pág. 20.
- Estrella, V., & González, A. (2014). *Desarrollo Sustentable, Un Nuevo Mañana.* Madrid: Patria.
- FAO. (2018). *Informe del Estado de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición en el Mundo.* Roma: FAO.
- García, A. (2011). El comercio justo, una alternativa de desarrollo local. *Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 105-140.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2017). *Reporte ESPAC .* Guayaquil: INEC.
- Larrouyet, M. C. (2015). *Desarrollo Sustentable: su origen y evolución.* Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Stiglitz, J. (2014). *El Precio de la Desigualdad.* Madrid: Espasa.
- TradeMap Organization. (2019). *Estadísticas .* Amsterdam: Trademap.
- Villafuerte, María, Reyes, I., Poblete, F., & Villafuerte, M. (2018). Historia del Concepto Desarrollo Sustentable y su Construcción en la Sociedad Actual. *Espacio*, 64-77.
- WFTO. (2018). *Carta Internacional de Comercio Justo.* Nueva York: WFTO.

002. LAS INICIATIVAS MUNICIPALES PARA EL DESARROLLO LOCAL EN MOA. EVOLUCIÓN Y RETOS.

THE MUNICIPAL INITIATIVES FOR LOCAL DEVELOPMENT IN MOA. EVOLUTION AND CHALLENGES.

Autores:

Epg. Yanmari Paumier Frómeta[1], Lic. Alina Chaviano Beitra[2], Lic. Leonardo Rodríguez Mestre[3]

[1] Centro de Estudios del Medio Ambiente. Universidad de Moa. Profesora Asistente. Cuba. Especialista de Grado en Desarrollo Local. Universidad de Oriente Cuba. ypfrometa@ismm.edu.cu
[2] Centro de Estudios del Medio Ambiente. Universidad de Moa. Profesora Asistente. Cuba. Licenciada en Ciencias Biológicas. Universidad de Oriente. Cuba. achaviano@ismm.edu.cu.
[3] Departamento Ciencias Económicas. Universidad de Moa. Profesor Instructor. Cuba. Licenciado en Economía. Universidad de Holguín. Cuba. lrodriguezm881215@gmail.com.

RESUMEN

El desarrollo local es un proceso de trasformación de la economía y de la sociedad local, orientado a superar las dificultades y retos existentes, que busca mejorar las condiciones de vida de su población mediante una acción decidida y concertada entre los diferentes agentes. Es importante reconocer la importancia de las iniciativas municipales en la actualidad para la promoción del desarrollo si se tiene en cuenta el actual proceso de reorientación económica hacia una economía de servicios y de exportación de productos de alto valor agregado, que impacta en las cadenas productivas verticales obligando a su reconversión o desaparición, lo cual abre nuevos espacios y retos para la planificación en los territorios.El presente trabajo de investigación, elaborado en el Consejo de Administración Municipal, está dirigido al análisis de la evolución y los retos de las Iniciativas Municipales para el Desarrollo Local en Moa.

Palabras claves:

Municipio, iniciativas municipales de desarrollo, desarrollo local

SUMMARY

Local development is a process of transformation of the economy and local society, aimed at overcoming the difficulties and challenges that exist, which seeks to improve the living conditions of its people through decisive and concerted action between the different Agents. It is important to recognize the importance of municipal initiatives today for the promotion of development when considering the current process of economic reorientation towards a high value-added services and export economy , which impacts vertical production chains by forcing their conversion or disappearance, which opens new spaces and challenges for planning in the territories.This research paper, prepared on the Municipal Board of Directors,

is aimed at analyzing the evolution and challenges of the Municipal Initiatives for Local Development in Moa.

Keywords: Municipality, municipal development initiatives, local development

INTRODUCCIÓN

Desde el año 2010, Cuba vive en proceso de actualización del modelo económico, con mayor enfoque en la planificación. Este proceso deberá ser armonizado con una mayor autonomía de las empresas estatales y el desarrollo de otras formas de gestión. Se reconoce y promueve, además de la empresa estatal, a las modalidades de la inversión extranjera, las cooperativas de nuevo tipo, los agricultores pequeños, los usufructuarios, los trabajadores por cuenta propia y otras formas que pedirán surgir para contribuir a elevar la eficiencia.

Una estrategia de trabajo para el auto-abastecimiento municipal constituye el impulso efectivo de iniciativas de los territorios para potenciar su desarrollo económico de manera sostenible. Incluye transformaciones en la estructura de la propiedad y la gestión, el aumento de las relaciones económicas estatales y no estatales.
Moa es un municipio que su principal actividad económica está basada en la explotación racional y uso de los geo-recursos níquel, cobalto y recursos forestales. Para la explotación minera a cielo abierto se cuenta con dos fábricas de níquel: la empresa Comandante Ernesto Che Guevara con tecnología amoniacal y la Comandante Pedro Soto Alba (Moa Níquel S.A.) con tecnología ácida, ambas con producciones significativas, en varias ocasiones por encima de su capacidad productiva para la cual fueron diseñadas.

En este municipio por tradición existen otras actividades económicas no explotadas eficazmente en el territorio como son: la pesca y la madera, entre otras, constituyendo estas potencialidades endógenas a utilizar, esta es una de las razones que mueve a la elaboración y ejecución de proyectos de desarrollo local con la modalidad de iniciativa municipal, es decir, la necesidad de aprovechar de forma más efectiva los potenciales del territorio para generar riquezas como procedimiento para dinamizar el desarrollo local.

La ejecución de proyectos de desarrollo local con la modalidad de iniciativa municipal es una de las vías a utilizar por los gobiernos municipales para buscar financiamiento en función de potenciar el desarrollo local, además los recursos financieros que se generan en las entidades que lo ejecutan lo pueden utilizar para mejorar su infraestructura, tecnología, diversificar la producción o los servicios; para poder ponerlos en práctica es necesario que los decisores locales sean capaces de utilizar las fuerzas endógenas en gestión del desarrollo de los territorios, trazar estrategias con una visión integradora, de unir y darle participación a todos los actores sociales para lograr un desarrollo integral y equitativo en todas las áreas de su competencia para mantener al territorio en equilibrio.

DESARROLLO

El Desarrollo local como proceso de transformaciones en beneficio de los territorios.

Hablar de desarrollo local exige comprenderlo como un fenómeno de la realidad objetiva, cuya naturaleza no depende únicamente de nuestras expectativas y aspiraciones, sino de la realización del potencial de cambio.

Afirma Alburquerque (2001a) que uno de los factores más importantes para el desarrollo locales el esfuerzo que se invierte en los procesos, la dinámica económica y social y los comportamientos de los actores locales, más que en los resultados cuantitativos.
Para entender el desarrollo locales necesario enmarcarlo como un proceso de profundas transformaciones sociales, económicas, políticas, culturales y ambientales a escala global, nacional y local, donde el crecimiento económico debe estar condicionado a la formación del capital humano, que presupone crecimiento con equidad en busca de la sostenibilidad[4], y es aquí donde se demuestra el rol protagónico de la administración pública.(Boffill, 2010).

En un entorno como el actual, caracterizado por los cambios continuos en la tecnología, la economía y la sociedad, el desarrollo local requiere fomentar la innovación, la capacidad emprendedora, la calidad del capital humano, y la flexibilidad del sistema productivo. Para conseguir lo anterior no se trata tanto de realizar grandes proyectos industriales, sino más bien de impulsar proyectos, de dimensión adecuada, que permitan la transformación progresiva del sistema económico local (Méndez Delgado y Lloret Feijóo, 2003).

El desarrollo local se define como un proceso orientado, es decir, es el resultado de una acción de los actores o agentes que inciden (con sus decisiones) en el desarrollo de un territorio determinado. Estas decisiones no solamente se toman a una escala local, sino que existen decisiones que tomadas en otra escala (por ejemplo, a nivel nacional o internacional) tienen incidencia en el desarrollo de un territorio dado. La preeminencia de las decisiones de los actores locales, por sobre otras decisiones que no responden a los intereses locales, es lo que define un proceso de desarrollo local. (Arocena, 1995).
Sin embargo, (Alburquerque, 2003) considera que todas estas formas de presentar el desarrollo local requieren matizaciones importantes pues desarrollo local no es únicamente desarrollo municipal. El sistema productivo local, que incluye entre otros elementos, el conjunto de relaciones y eslabonamientos productivos y comerciales relevantes para explicar la eficiencia productiva y competitividad de la base económica de un determinado territorio, no tiene por qué coincidir con las fronteras o delimitaciones administrativas de un municipio o provincia.

El desarrollo local es un proceso que se enmarca en el territorio y que impone como principales decisores a las autoridades locales, siendo un proceso que se da en escala ascendente (de abajo hacia arriba), sin obviar que es necesario buscar también mediaciones de niveles de decisión superiores del Estado: provincia, región y nivel central, que faciliten el logro de los

[4] Para alcanzar la sostenibilidad del desarrollo local debe concebirse el mismo como un proceso endógeno de transformación de las localidades, fundamentadas en una Estrategia de Desarrollo Local, con políticas diseñadas para lograr una efectiva participación de su población en la solución de los problemas y el aprovechamiento de las oportunidades, para abordar de forma equilibrada e integrada los aspectos sociales, económicos y ambientales, en el entorno donde se realizan las actividades cotidianas.

objetivos de la estrategia de desarrollo local. Esto implica que las decisiones en escala descendente (de arriba hacia abajo) son también significativas para las acciones de desarrollo local.

Se entiende el desarrollo local como proceso de concertación entre los actores sociales de un territorio(visto como sistema) que tendrá como finalidad máxima la generación del crecimiento económico, la equidad de género y entre todos los grupos humanos, el cambio social y cultural, la sustentabilidad, la calidad y equilibrio espacial, pues no se concibe otro desarrollo siguiendo a Max-Naif, que aquel referido a personas y no a objetos, que aquel capaz de devolver al hombre su dignidad.(Arias Guevara et. al, 2008).

Se trata de un enfoque integrado en el cual deben considerarse igualmente los aspectos ambientales, culturales, sociales, institucionales, políticas, espacio turístico, enfoque de género, todos encaminados a la elevación de la calidad de vida de la población en el ámbito local respectivo.

El acercamiento al desarrollo local en Cuba.

El desarrollo, en general, como proceso multidimensional de transformaciones, abarca desde las estructuras productivas para generar el crecimiento económico hasta las más diversas esferas de la vida espiritual, hay autores que hacen énfasis en lo económico y otros en lo social, en el enfoque cubano se analizan de forma complementaria ambos aspectos del desarrollo.

El enfoque local del desarrollo aparece como una necesidad en Europa desde los años 70, en América Latina algo más tarde, en ambos casos relacionado con las reformas estructurales, pero en la literatura han proliferado los escritos sobre el tema en los 90.
Es conocido que, desde finales de los años 80, con la extinción de los países de Europa del Este y de la URSS, Cuba tuvo que reordenar sus relaciones económicas externas y abandonar un sistema de vínculos, ordenados, equilibrados, equitativos y comenzar un proceso de reinserción en el complejo y contradictorio mercado mundial capitalista que ha afectado a Cuba en el transcurso de estos años. Tal proceso provocó desde los años noventa del siglo XX, no pocos cambios en el orden socio económico del país:

- Aparece un nuevo modelo de gestión económica ante la ruptura del sistema de proporciones establecidas conformadas por las relaciones económicas externas (REE), existentes desde los años 60. Se contraen los recursos financieros y su expresión en especie para atender las inversiones y los fondos sociales de consumo.
- Se inicia un reordenamiento de la combinación de los procesos de centralización y descentralización del aparato estatal.
- Se agudizan las contradicciones sociales, por el deterioro del bienestar de la gente, a nivel de conciencia social aparecen un auge del individualismo, de la apatía, la indiferencia y manifestaciones de indisciplinas sociales.
- Se requiere enfrentar la solución de problemas nuevos como el del desempleo y las desmotivaciones por algunos trabajos, entre ellos en la esfera productiva.
- Visible proceso de ruptura en la homogenización de los ingresos de la población, aparecen puntos de inequidad social.
- Aparecen nuevos grupos sociales en la esfera de reproducción de los espacios locales.

> Desde sus primeras medidas, el proceso revolucionario ha tenido como objetivo una distribución más equitativa de bienes y servicios entre toda la población y eso incluía obviamente su dimensión territorial. Si bien no ha habido una política específica territorial, para eliminar las desigualdades territoriales, ésta de hecho, estaba contenida en la política general adoptada por el país y en las políticas sectoriales correspondientes. El objetivo último fue y es lograr ámbitos territoriales en los cuales los ciudadanos pueden realizar plenamente todas sus potencialidades personales y colectivas (González y de Cambra, 2004).
> Una de las estrategias implementadas fue la creación del Instituto de Planificación Física cuya función fue la planificación del desarrollo territorial, urbano e industrial. Como objetivo tuvo la extensión del desarrollo económico a las diferentes zonas del país con la ubicación espacial de los planes, con vistas a darle un carácter planificado y científico a la toma de decisiones y también para superar las desigualdades territoriales y las existentes entre campo-ciudad (CIEM, 1997).

Es imprescindible abordar el desarrollo regional y la competitividad de las localidades tomando en consideración aspectos importantes a tener en cuenta para alcanzar el desarrollo desde dentro, es decir, desde la región, lo que conocemos como desarrollo endógeno.

Varios autores dejan en palestra la incógnita: ¿Existe desarrollo local en Cuba?; sin embargo, los argumentos son más que suficientes para demostrar que es una realidad. Un enfoque desde lo local en Cuba en los 90 ha sido resultado de una aguda crisis que contrajo el sector estatal y redujo sus capacidades financieras para mantener un modelo altamente centralizado.

En Cuba dominaron las políticas de desarrollo económico y social elaboradas vertical y centralizadamente, sin que se tuviera en cuenta muchas veces las necesidades de un municipio, una zona, una ciudad y ni de una provincia, esto creó algunas deformaciones estructurales, y desproporciones cuando se consideraba que todo marchaba armónicamente. Los recursos se destinaban desde arriba a acciones que también se decidían desde arriba centralizadamente.

El estado disponía de los recursos, la gente participaba en los procesos de trasformación social y económica generados para una comunidad, pero no por la comunidad en sí misma, podía ser significativo, pero podía no ser la prioridad del lugar, por ejemplo, se decidía la construcción de una gran fábrica en un lugar porque no tenía ninguna, sin hacer una evaluación del proyecto, sin un diagnóstico de las necesidades prioritarias de la localidad.

La búsqueda de modelos locales de desarrollo es por tanto resultado también de un grupo de procesos y condicionamientos internos que tuvieron lugar o se agravaron a partir de la crisis de los 90:

1. Un proceso de descentralización de funciones del aparato estatal.
2. Una significativa reducción de los recursos financieros del estado para atender las necesidades sociales.
3. Una marcada complejizaría del tejido social, de sus condiciones de vida, relaciones sociales, y formas de construir su subjetividad, asociado también al deterioro de rasgos de la conciencia social, a saber, cierto auge del individualismo, de la apatía, la indiferencia, legitimación de manifestaciones cotidianas de indisciplina social.
4. Un proceso de polarización de intereses y necesidades de la creciente diversidad de

grupos sociales.

5. El potenciamiento de la esfera reproductiva y de la convivencia en los espacios locales de un número creciente de grupos sociales.

Pueden agregarse otros elementos como la necesidad de resolver los problemas de empleo, problemas de vivienda, aparición de barrios marginales sin el sistema sanitario, alcantarillas, acueductos o la prolongación de barrios en estas condiciones, escasez de alimentos, exceso en circulación, etc. Las medidas tomadas por el Estado en este periodo se enfocaron a mantener las conquistas sociales, conservando las inversiones fundamentales. (Guzón, 2003).

Las potencialidades de los municipios cubanos para desarrollar iniciativas de desarrollo local señaladas por (Guzón, 2003), coinciden con algunos elementos identificados por (Alburquerque, 2004) en sus estudios del tema en América Latina. Las coincidencias se concretan en los siguientes aspectos:

- Suficiente institucionalidad
- Cultura de participación y redes sociales
- Recursos humanos adecuadamente preparados y su capacitación
- Fomento de microempresas y PYME, vista por Guzón como la movilización de reservas productivas capaces de generar empleos y recursos para reinvertir.

  A modo de resumen puede decirse que en Cuba está creciendo la conciencia en torno a la necesidad del fomento de iniciativas locales para el desarrollo económico y social local, a partir no sólo de la necesidad de aprovechar al máximo los recursos, sino de la comprensión de que en cada lugar se generan problemas diferentes que deben recibir soluciones diferentes y que pueden ser generadas por los pobladores de ese lugar.

Caracterización del municipio Moa, Holguín, Cuba

La localidad de Moa se funda en el año 1883 y hasta 1963 fue un barrio más de Baracoa. En el año 1938, Moa era un sitio casi deshabitado, donde sólo vivían 4 familias aisladas una de las otras y sin la más ligera infraestructura social, tenían una economía de autoabastecimiento por medio de la siembra; la caza y la pesca. Para adquirir los productos imprescindibles tenían que viajar a Baracoa, Cananova o Cayo Mambí.

En ese mismo año 1938, visitaron Moa dos ciudadanos norteamericanos de apellidos Borker y Warmere acompañados por varios cubanos residentes en Cananova. Llegaron con la intención de conocer los enormes bosques poblados de madera para explotarlos. Es así que en el año 1938 se crea la compañía “Maderera de Moa”. A ese efecto se inician una serie de trabajos para preparar la construcción de un aserrío, el traslado de equipos para extraer la madera de los bosques y se dispuso que se dragara un lugar cercano a la costa para permitir la entrada de goletas y otras pequeñas embarcaciones y que se construyera un muelle o espigón con ese fin. Por otra parte, se dispuso la construcción de una pequeña pista aérea de unos 300 m de largo, con el fin de que pudieran aterrizar allí pequeñas avionetas de alquiler que facilitaran los viajes de los propietarios y funcionarios de la compañía “Maderera”, de esta manera se inicia la explotación de la madera y de los yacimientos minerales, comenzando paralelamente el crecimiento y asentamiento de la fuerza de trabajo y llega a ser lo que es hoy el municipio de Moa.

El municipio Moa se encuentra situado en el extremo este de la provincia Holguín. Su geografía se extiende en todo el macizo montañoso Sagua Baracoa que forma parte del Parque Nacional Alejandro de Humboldt, rico en fauna y flora con numerosas especies autóctonas en el municipio se encuentran los principales yacimientos de minerales lateríticos con altos contenidos de hierro, níquel, cobalto y otros minerales.

Al este del territorio colinda con Baracoa, siendo su límite natural el rio Jiguaní. Al oeste con los municipios de Sagua de Tánamo y Frank País. Al sur, muy próximo a la cabecera municipal está situado el asentamiento La Veguita. Más al sur, en medio del macizo montañoso radican tres de los cuatro asentamientos de montaña que tiene el territorio. El otro asentamiento rural de montaña es La Melva, al sureste, colindante con el municipio Yateras, provincia Guantánamo.

La extensión territorial, 766.75 km2, con una población que alcanza la cifra de 75 227 habitantes, un incremento de 4 934 con respecto al año 2002, ha tenido una tendencia creciente con respecto a la población con una tasa de 5.30 por mil habitantes, es uno de los municipios de mayor número de habitantes después de Holguín, Mayarí y Banes, alcanza una densidad poblacional de 98.2 hab/km2, de ellos en la urbana residen 63 935 habitantes y en la rural 11 292 habitantes, con un grado de urbanización de 84.9 %, están distribuidos en 19 asentamientos concentrados, esta población se asienta en 22 544 viviendas, para un índice de habitabilidad de 3.4 hab/viv., en la urbana con 18 536 viviendas y en la rural 3 632 viviendas. (ONEI)

El municipio abarca 79 objetivos económicos:

- 14 Empresas
- 9 Unidades Presupuestadas
- 3 Sociedades Mercantiles
- 53 Establecimientos
  Las principales empresa Productoras
- Empresa Pedro Soto Alba
- Empresa Ernesto Che Guevara
- Empresa Agroforestal Moa.

Establecer la política para el desarrollo local, líneas estratégicas, programas y proyectos que darán sostén al que hacer del desarrollo económico, socio cultural y medio ambiental del territorio para solucionar los principales problemas existentes mediante las potencialidades locales y mejorar la calidad de vida de la población constituye la Misión del territorio.

Como Visión, elevar la calidad de vida de la población a partir del desarrollo de las potencialidades endógenas del territorio, utilizando racionalmente los recursos naturales, financieros y materiales disponibles, consolidando la identidad cultural, comprometido con los principios de la política económica y social del país.

El municipio cuenta con un Consejo de Administración Municipal (CAM) y para el funcionamiento de las Iniciativas Municipales para el Desarrollo local (IMDL) realiza las siguientes funciones:

- Elabora un diagnóstico económico y social del territorio (Potencialidades, Balance de los

recursos laborales, el uso de la tierra, Balance de alimentos, etc.)

- Elabora la estrategia del municipio. Líneas priorizadas y objetivos estratégicos.
- Brinda capacitación sobre Formulación, Evaluación de proyectos y Factibilidad económica.
- Recibe y valora los proyectos productivos para su selección y presentación al Consejo de Administración Provincial (CAP). Confeccionar un banco de proyectos.
- Establece las relaciones financieras con cada una de las entidades que realizarán los proyectos.
- Monitorea y controla los recursos financieros y otros materiales que sean asignados a los proyectos.
- Elabora un esquema de autofinanciamiento local a partir de las utilidades que se generen, para iniciar nuevos proyectos.
- Trabaja de conjunto con los organismos los proyectos de iniciativa municipal de desarrollo local.
- Evalúa los proyectos para emitir el aval que se requiera.
- Participa en el Grupo de Trabajo Nacional cuando se evalúen proyectos de su actividad económica.
- Asegura, a través de una comercialización, los recursos materiales específicos de su actividad económica, hasta tanto no exista un mercado de insumos.
- Controla la ejecución de los proyectos según cronograma y velar por el cumplimiento de su resultado.

MATERIALES Y MÉTODOS

Análisis del surgimiento y evolución de las Iniciativas Municipales para el Desarrollo Local en Moa

En el año 2004 se ponen en vigor las IDM en Cuba como forma de respuesta a algunos problemas presentes en los territorios cubanos y las estructuras de gobierno territoriales/municipales con el afán de lograr proyectos de desarrollo municipal que dieran al traste con deformaciones que al interior de los municipios se han venido gestando con el paso de los años.

Las Iniciativas Municipales de Desarrollo Local, han dado la posibilidad de dar un papel más significativo al desarrollo local como parte de la estrategia de desarrollo. Estas se enfocan en que los proyectos locales permitan el logro de una producción de alimentos que posibilite el autoabastecimiento municipal, favoreciendo el desarrollo de las mini-industrias y centros de servicios, donde el principio de la auto-sustentabilidad financiera sea un elemento clave, armónicamente compatibilizado con los objetivos del plan de la Economía Nacional y de los municipios. (Proyecto de Lineamientos de la Política Económica y Social).

Al referirse a la prioridad de los proyectos el documento subraya que : "Los proyectos deben estar encaminados fundamentalmente a potenciar la actividad agropecuaria, la industrialización de la producción, la producción con destino al Mercado Interno en Divisa, aportar a la circulación mercantil, ofrecer servicios a los productores de todos los sectores, prestar servicios al turismo, al autoabastecimiento energético y para adaptar y perfeccionar la educación agropecuaria en todos los niveles de enseñanza del municipio, a fin de revertir

la tendencia de la juventud a emigrar y a estudiar otras profesiones. Serán evaluados todas las propuestas de proyectos, que demuestren que el costo de la producción nacional es inferior al costo de importación, a partir de lo cual se determinará el beneficio para el proyecto".

En este contexto en que se ha ido creando un marco institucional y un fuerte incentivo al desarrollo local cuyo epicentro son las iniciativas de desarrollo local mediante la gestión de proyectos económicos capaces de autofinanciarse, generar ingresos que posibiliten la sustitución efectiva de importaciones, especialmente alimentos y obtener ganancias que se destinen en beneficio local y de forma sostenible, como complemento de las estrategias productivas del país.

La puesta en marcha de proyectos de IDM se ha beneficiado con la concesión de licencias al sector no estatal y se han concentrado básicamente en los sectores de comercio, gastronomía y construcción de viviendas (Hernández, 2012).

Evolución y retos

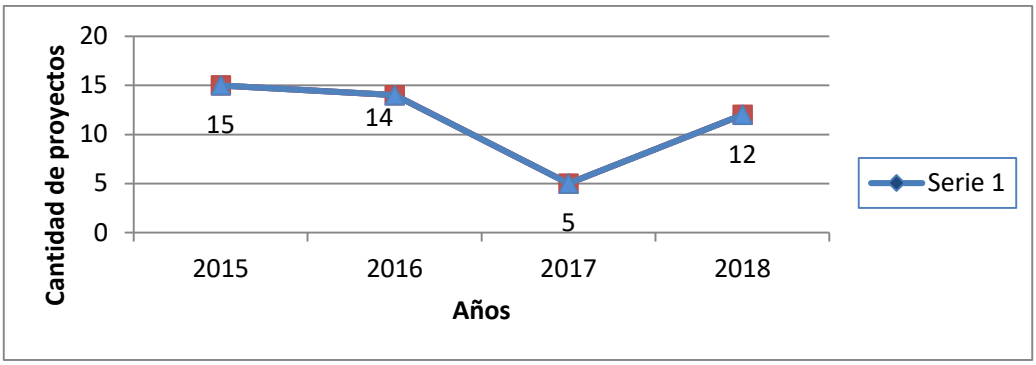
En el municipio de Moa empiezan a surgir las iniciativas a partir del año 2012, derivadas de algunos problemas por las cuales atravesaba el territorio entre las que se destacan:

- Alta dependencia económica de la actividad de la minería del níquel, con el 78.8 por ciento de las ventas y del 33.2 por ciento de los trabajadores ocupados en la economía.
- Saldo migratorio negativo con un promedio de 782 personas al año.
- Solo se cubre el 51 por ciento de las necesidades de productos agrícolas de la población, incluyendo todas las formas de comercialización.
- Predominan los suelos muy poco productivos que representan el 99.7 por ciento del total.
- Insuficiente explotación de los recursos forestales, por no contar con los equipos necesarios para la tala, acopio y tiro de madera; así como las redes de caminos.
- Insuficiente aprovechamiento de las capacidades para producir materiales de la construcción.

  Aunque todavía no existen evidencias de iniciativas de desarrollo que hayan surtido efecto en el territorio, el gobierno local trabaja para que los agentes territoriales propicien iniciativas que respondan a las necesidades propias del municipio con fines que contribuyan a mejorar la calidad de vida y ampliar las oportunidades de desarrollo.

  El proceso de elaboración de las iniciativas no ha resultado eficiente durante los últimos años. Una muestra de cómo se han comportado los proyectos en el territorio se representa en el siguiente Gráfico # 2.1.

Grafico # 2.1. Comportamiento de los proyectos de iniciativas en el periodo 2015-2018



Fuente: Elaboración de la autora

La gráfica muestra la fluctuación en el número de los proyectos de iniciativa de desarrollo, entre los años 2015 y 2017 existe una considerable disminución de 9 de ellos. La causa de esta situación es debido a que en el Plan de Desarrollo Integral se incluyó la propuesta de proyectos de las Unidades Presupuestadas, lo que facilitó los primeros pasos de iniciativas en el municipio. En el año 2018 al aplicar lo indicado por el nivel provincial, los proyectos alcanzan un incremento de 7 comparado con los existentes hasta el año 2017.

Algunos de los proyectos en el período antes mencionado fueron: recuperación de la Sauna del Reparto Rolo Monterrey, Casa de Fiestas, Restauración de la Cruz, La Casa de la Trova, Mini –conserva, producción del Agro (en este último se busca el incremento de la producción de conserva, iniciándose en la segunda quincena de diciembre 2013, asesorado por profesores del ISMM), Reparación y mantenimiento de áreas verdes que conforman el entorno menos, Fabricación de colchones, Proyecto del Rincón del Amor, Proyecto Patio Español, Proyecto de Majagual, Proyecto para el procesamiento de pescado, Proyecto para la preparación de un matadero de cerdos.

A pesar de la estrategia trazada para llevar a cabo los proyectos con el potencial endógeno del municipio Moa, se avanza lentamente debido a que las entidades enfrascadas en ello, presentan dificultades que limitan la coordinación entre las empresas y su relación con el gobierno, estas son:

- Desconocimiento del tema.
- No existe un grupo interno del Consejo de Administración Municipal capacitado para estudiar, evaluar, controlar y tomar decisiones.
- Falta de visión para crear, innovar, dar respuesta en el presente y procrear el futuro del municipio.
- Falta de unidad del Consejo de Administración Municipal con los actores locales y la población en la lucha por una localidad más próspera.
- Falta de gestión y motivación por parte de los organismos involucrados.
- Se mantienen tramitándose proyectos de Unidades Presupuestadas.
- Existe a nivel de gobierno una relación nominal de 12 proyectos en el que se identifican 5 terminados y realmente de ellos solo 3 se encuentran con evidencia.

Propuesta de Acciones

1. Establecer mecanismos de control que permitan conocer y darle seguimiento a la gestión de cada proyecto a partir del dictamen del grupo especializado.
2. Realizar diagnósticos participativos comunitarios, donde la población pueda exponer sus necesidades reales y convertirlas en proyectos de desarrollo local en la medida que sea posible.
3. Adaptar la metodología para los proyectos IDML, propuestos por el Ministerio de Economía y Planificación a las particularidades del municipio Moa.
4. Realizar un estudio prospectivo de los escenarios futuros del municipio Moa y elaborar una carpeta de proyectos que responda a las necesidades futuras del mismo, teniendo en cuenta la base fundamental de la economía del territorio.
5. Realizar un estudio previo a la implementación del proyecto, del mercado que va a recibir el producto o servicio, para así satisfacer las necesidades reales.

CONCLUSIONES

Las Iniciativas Municipales de Desarrollo Local en Moa, con sus avances y limitaciones, muestran la posibilidad de dar un papel más significativo al desarrollo local como parte de la estrategia de desarrollo al municipio.
El actual proceso de análisis, elaboración y ejecución de Iniciativas de Desarrollo Municipal en el municipio Moa nos reafirma que existen potencialidades para desarrollar estas iniciativas como una forma alternativa de dar respuesta a los problemas de desarrollo del mismo.

La evaluación de los resultados alcanzados apunta a la necesidad de vincular estos procesos con los aspectos jurídicos, políticos y financieros propios de los procesos de descentralización o planificación centralizada según corresponda.
Incidir sobre aquellas variables más sensibles relacionadas con el desarrollo del potencial endógeno: apoyo a la formación empresarial, introducción de cambios técnicos o acciones de I+D que tengan relación con las industrias y actividades arraigadas en el municipio.

BIBLIOGRAFÍA

Alburquerque Llorents, F. (2001a). *Desarrollo económico local y cooperación descentralizada para el desarrollo: Desarrollar lo local para una globalización alternativa*. HEGOA, Euskal Fondoa. San Sebastián, octubre, País Vasco.

Alburquerque Llorents, F. (2003). *Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local. Trabajo presentado en Desarrollo territorial y gestión del territorio*. [En línea] [Consultado: 2014 05 12]. Disponible en: <http://www.ieg.csic.es/cv/docs/Falburquerque-Coquimbo_Masregion.pdf>

Alburquerque Llorents, F. (2004). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina* [Versión Electrónica]. Revista de la CEPAL, 82, 157-171. Consultado 2 de abril de 2004, Disponible en <http://www.fidamerica.org/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_24.pdf>

Arias Guevara; et.al (2008). *"Estudios sobre Desarrollo local, innovación social y género"*. Editorial Academia. La Habana, 2008.

Alvares Pupo, M.C. (2013). *"Potencialidades de la Población Económicamente Activa (PEA) para al Desarrollo local en el municipio Moa".*

Arocena, J. (1995). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Caracas: Nueva Sociedad.

Arocena, J. (1995). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Caracas: Nueva Sociedad

Asamblea Municipal del Poder Popular (AMPP) (2000). Ley No.91 *De los Consejos Populares*. La Habana. Cuba.

Blanco Díaz, E. (2013). *"Obstáculos a vencer en el desarrollo local. Estudio de caso: municipio Guanabacoa".*

Boffill Vega, S. (2010). *Modelo general para contribuir al desarrollo local, basado en el conocimiento y la innovación*. Caso Yaguajay. Tesis Doctoral, Universidad de Matanzas: Inédito.

Caboverde Noa, B. (2017). *"Análisis de la Estrategia de Desarrollo Integral en el municipio de Moa"*. Tesis de pregrado. Facultad de Administración Pública y Empresarial. Instituto Superior Minero Metalúrgico de Moa.

Centro de Estudios para el Desarrollo local (CEDEL). *"¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve?"*. Instituto Superior de Formación Técnica Nº 118. San Pedro, Argentina. Sitio web: www.cedelargentina.org. Dirección electrónica: info@cedelargentina.org.

CIEM. (1997). *"Investigación sobre el desarrollo humano en Cuba"*. Ed. Caguayo S.A. La Habana.

Cuñat Giménez, R.J. (2006) *"El Desarrollo local de las Cooperativas de Trabajo Asociado en un Entorno Global"* en Contribuciones a la Economía ". Texto completo en http://www.eumed.net/ce/

Gálvez Capote, K. (2007). *"Dimensión sociocultural del desarrollo local. Perspectiva de inserción para Santa Isabel de las Lajas"*.

González, E. y De Cambra, J. (2004). *Desarrollo humano, cultura y participación: Notas para el debate. En: La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano.* Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana; pp 51-70.

Guzón, A. (2003). *Potencialidades Para El Desarrollo Local De Los Municipios Cubanos*. Tesis de Maestría, Universidad de La Habana: Inédito.

Guzón Camporredondo, A. (2006). *"Estrategia municipal para el desarrollo"*. En VV. AA. Desarrollo local en Cuba: retos y perspectivas, pp. 63-68. Editorial Academia. La Habana.

Juárez Alonso, G. (2013). *"Revisión del Concepto de Desarrollo local desde una Perspectiva Territorial"*. Revista Líder. Vol. 23.

Lara, E.M. (2015). *"Actualización del modelo económico"*. Aparecen las soluciones, Economía, Trinidad. Cuba. Disponible en: http://www.cubadebate.cu/.

Jam Massó, A. (2007). *"Iniciativa municipal para el desarrollo local. Reflexiones para el debate"*. Economía y Desarrollo, vol. 141, núm. 1, pp. 35-54. Universidad de La Habana, La Habana, Cuba. Disponible en: http://www.redalyc.org

León Segura, M. y R. Sorhegui Ortega (2007). *"Repensando el desarrollo local en Cuba"*. Evento Anual de la Facultad de Economía de la Universidad de La Habana.

León Segura, M. (2013). *"Las iniciativas de desarrollo municipal en Cuba (IDM): avances y desafíos"*. Revista Caribeña de Ciencias Sociales. Disponible en http://caribeña.eumed.net/iniciativas-desarrollo-municipal/.

Méndez Delgado, E; LLoret Feijóo, M. C. (2003). *Una forma de medir el Desarrollo Económico Local en Cuba*. Revista Economía y Desarrollo. Universidad de La Habana. La Habana, Cuba.

Metodología para la confección de los PIMDL de la Dirección Provincial de Economía y Planificación.

Ministerio de Economía y Planificación (MEP) (2010). *"Instrucciones y metodología para la iniciativa municipal de desarrollo local"*. La Habana.

Ministerio de Finanzas y Precios Cuba. Resolución 187/2011. *"Procedimiento financiero para los proyectos de la Iniciativa Municipal de Desarrollo local"*. La Habana.

Ortiz Núñez, R. (2014). *"Sistemas productivos locales, agregación de valor y desarrollo local. Razones para una propuesta de proyecto en el municipio Moa"*. Tesis de postgrado. Facultad de Ciencias Económicas y Administración. Universidad de Holguín.

003. VALIDACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGOS BASADO EN LA NORMA ISO 31000:2018 EN UN ORGANISMO EVALUADOR DE CONFORMIDAD

"Validation of a Risk Management System based on ISO 31000: 2018 in a conformity assessment Organization."

Autores:
Jorge Armando Álvarez Chávez Mgtr.
Mónica Larrea Paredes, Mgtr., Universidad Ecotec, Docente, mlarrea@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En la actualidad, la organizaciones se enfrentan a mercados mucho más competitivos y clientes más exigentes, por esta razón que la necesidad de abrir nuevos mercados, desarrollar nuevos productos, mejorar constantemente los procesos y reducir los costos para hacerse más productivos y competitivos se ha vuelto una parte vital en las empresas, sin dejar a un lado el desarrollo de la tecnología y de su industria, para lograr la satisfacción de todas las partes interesadas, ciertas empresas han optado por la mejora continua de sus procesos mediante la implementación de normas internacionales para maximizar la calidad de sus servicios y/o productos. Para alcanzar cada objetivo planteado, las organizaciones se exponen a diferentes tipos de riesgos, es por eso que esta investigación buscó validar y proponer un sistema de gestión del riesgo que servirá para que las empresas lo adapten a sus sistemas de gestión de la calidad, y puedan reducir al máximo los riesgos a la que están expuestas, con este fin se aplicó una metodología de tipo "Descriptivo", "No Experimental", mediante herramientas de recolección de información para describir de manera sustentada la gestión de riesgo en la empresa a analizada.

Palabras clave:
ISO 31000; ISO 9001:2015; Gestión de calidad; Riesgo.

ABSTRACT

Today,organizations face much more competitive markets and more demanding customers, for this reason that the need to open new markets, develop new products, constantly improve processes and reduce costs to become more productive and competitive has become a vital part in companies, without leaving aside the development of technology and its industry, to achieve the satisfaction of all interested parties, certain companies have opted for the continuous improvement of their processes through the implementation of international standards for Maximize the quality of your services and / or products. In order to achieve each objective, organizations are exposed to different types of risks, which is why this research sought to validate and propose a risk management system that will allow companies to adapt it to their quality management systems, and They can minimize the risks to which they are exposed, for this purpose a "Descriptive", "Non-Experimental" methodology was applied, through information collection tools to describe in a sustained manner the risk management in the company to be analyzed.

Keywords: ISO 31000; ISO 9001: 2015; Quality management; Risk

INTRODUCCIÓN

Toda empresa sin importar su tamaño, actividad y el sector en que se desenvuelve es vulnerable a diferentes tipos de riesgos que pueden afectar a la consecución de sus objetivos planteados, todas sus actividades están sometidas de forma permanente a una serie de amenazas que comprometen su integridad y estabilidad, los accidentes operacionales, catástrofes naturales, enfermedades, incendios, pérdidas de beneficios, corrupción, amenazas propias del negocio, la planificación estratégica, seguridad de la información, sin olvidar que en la actualidad estamos viviendo la nueva revolución industrial, Industria 4.0 (El País, 2014), que no es más que la convergencias de los cambios demográficos, la interacción con un mundo cada vez con menos recursos y la aparición violenta y acelerada de la tecnología como son los dispositivos móviles, los servicios en la nube o cloud computing y la acumulación de datos o big data, etc., todos estos riesgos son solo una pequeña muestra de la exposición a las que las organizaciones se encuentran.

Al hablar de una gestión del riesgos no es solo con el enfoque financiero tradicional o de cobertura, sino que posee una visión integral de aspectos muy variados como la seguridad, la pérdida de control, así como las diferentes estrategias para prevenir, reducir o transferir el riesgo; según datos obtenidos del Global Entrepreneurship Monitor, en los países en desarrollo entre un 50 y 75% de las empresas durante los primeros tres años dejan de existir (Paulise, 8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme, 2015), y una de las 8 principales causas es la mala Planificación, es decir, la falta de un análisis del riesgos potenciales y la prevención de los mismos, es por esta razón que una empresa preparada y con niveles de vulnerabilidad muy bajos hace que sea más competitiva y pueda prevenir eventos no deseados.
Actualmente la norma internacional ISO 31000, con enfoque a la gestión del riesgo, tienen como propósito establecer una metodología que facilite y suministre a las empresas los criterios y el esquema para la identificación y la gestión de los riesgos en los procesos estratégicos, procesos operativos y procesos de apoyo de una forma más eficiente, independientemente del sector donde opera.

Mediante esta norma internacional, se presenta de forma sistemática los principios cuyo objetivo principal es la gestión del riesgo que toda organización está expuesta.
La gestión del riesgo es un proceso vital en la planificación estratégica de cualquier organización, ya que se estudia los riesgos asociados a las actividades de la empresa, de las que está expuesta y se expondrá, la finalidad es conseguir un beneficio continuo (José-Marti, 2013), por lo tanto, se puede definir que la gestión del riesgo es el medio para aumentar la probabilidad de éxito empresarial.

Corroborando lo anterior, la nueva versión de la norma ISO 9001:2015, con la finalidad de obtener un Sistema de Gestión de la Calidad más robusto y eficaz, incluye el “Pensamiento basado en riesgos”, como siempre lo ha sido, la norma está orientada a la estandarizar de los procesos y llevar a la organización a la mejora continua mejorando su desempeño global y generar una base fuerte y sólida para las iniciativas del desarrollo sostenible, otras normas también incluyen dentro de sus requisitos la gestión del riesgo, como son la ISO 17020 y la ISO 17065. Estas normas conjuntamente con la ISO 31000:2018, en la gestión y tratamiento de los riesgos, analizan el entorno externo e interno de la organización, incluyendo el comportamiento humano, sin olvidar la participación activa de las partes interesadas.

El estudio resulta interesante pues la prevención de los riesgos y la implementación de su sistema de gestión pueden aportar grandemente a toda organización, en especial las MYPYMES ya que se pueden transformar en grandes empresas y además generan un impacto inmediato en el empleo, combatiendo la informalidad. Como beneficio de la gestión del riesgo se puede detallar los siguientes:

- Identificación fortalezas, debilidades y vulnerabilidades en la organización y/o proyectos que se esté implementando en la organización
- Aumento del nivel de satisfacción de cliente interno y externo.
- Reducción de costos.
- Disminución drástica de la incertidumbre.
- Evita la aparición de los eventos no deseados que podrían afectar a la rentabilidad del negocio o empresa.
- Logro de los objetivos organizacionales mediante una planificación robusta

La presente investigación tiene como objeto, suministrar o facilitar a las empresas una guía o las directrices para administrar los riesgos, eventos a los que toda empresa se encuentra expuesta, indistintamente sea la industria o actividad en que se desenvuelva, la Norma ISO 31000 da un enfoque común para que se pueda gestionar y tratar cualquier tipo de riesgo.

DESARROLLO

La presente investigación se desarrolla con la finalidad de validar un sistema de gestión del riego en base a la Norma ISO 31000:2018 en un organismo evaluador de conformidad, para esto se determinan las bases teóricas para un sistema de evaluación del riesgo y el diagnóstico comparativo de la situación actual de la empresa para verificar el grado de cumplimiento con los requisitos de la Norma ISO 31000:2018.

Los estándares ISO 9000 son el modelo de referencia a seguir para establecer un sistema de gestión de la calidad en las organizaciones, estas normas fueron dadas a conocer por primera vez por el año de 1987 y hasta la actualidad han sido revisadas continuamente, como es el caso de la norma ISO 9001:2015, cuya versión anterior era la ISO 9001: 2008; cabe aclarar que estas normas no tienen la finalidad de medir la calidad del producto o servicio que determinada empresa brinda, por el contrario, busca sistematizar, estandarizar y formalizar los proceso, procedimientos y los formatos de registro para tener como objetivo y/o meta la uniformidad del producto o servicio brindado por la empresa (Rubén Hurtado, 2009). Uno de los principales cambios que ha tenido la norma ISO 9001:2015, es la inclusión directa de la gestión del riesgo, y del análisis del “contexto de la organización”, por tal motivo, las empresas que quieran certificarse bajo la norma ISO 9001:2015 deben implementar una sistemática para la “comprensión de la organización y de su contexto” y de las “acciones para abordar riesgos y oportunidades”.

Según datos del Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE), en el Ecuador, hasta el año 2016 existieron 1.233 empresas certificadas bajo la norma ISO 9001, comparando esta cifra con las 486 empresas certificadas en el año 2006, se evidencia un incremento del 154%, esto quiere decir que el incremento fue casi tres veces la cifra del año 2006, cabe indicar que el

97% de la certificaciones es bajo la versión 2008, mientras que el 3% es bajo la versión 2015 (Servicio de Acreditación Ecuatoriano -SAE, 2017).

Existen otras normas paralelas a las ISO 9000, estos estándares establecen los requisitos que deben cumplir ciertas organizaciones para acreditarse como Organismo Evaluador de la Conformidad (OEC), como por ejemplo, la norma ISO 17065 “Evaluación de la conformidad — Requisitos para organismos que certifican productos, procesos y servicios”, la norma ISO 17020 “Evaluación de la Conformidad — Requisitos para el funcionamiento de diferentes tipos de organismos que realizan la inspección.”, la ISO 17021 “Evaluación de la conformidad — Requisitos para los organismos que realizan la auditoría y la certificación de sistemas de gestión”, la ISO 17024 “Evaluación de la conformidad. Requisitos generales para organismos que realizan certificación de personas”, y la ISO 17025 “Requisitos generales para la competencia de los laboratorios de ensayo y de calibración”, pero para objeto de estudio y como referencia para este proyecto solo se hablará brevemente de la ISO 17020 y la ISO 17065, que son las normas con las que la empresa Organismo evaluador de conformidad está acreditada, y que dentro de sus requisitos de norma solicitan el cumplimiento de la gestión del riesgo.

Actualmente, el Organismo Evaluador de la Conformidad analizado está acreditado por el SAE, como Organismo de Inspección bajo la norma ISO 17020:2012, y como un Organismo de Certificación de Productos y Servicios bajo la norma ISO 17065:2012, en ambos casos la empresa debe asegurarse de mantener una metodología para identificar, evaluar y tratar los riesgos relacionados a la imparcialidad. Además de las acreditaciones, la empresa se encuentra certificada bajo la norma ISO 9001:2015, por lo tanto, la gestión del riesgo en esta organización es de vital importancia para sus acreditaciones y su certificación.
El objetivo principal de la norma es establecer las directrices para que las empresas gestionen cualquier tipo de riesgo, sin importar sus actividades, esta norma puede ser implementada durante toda la vida de la empresa y en lo posible del caso incluir la toma de decisiones en toda la jerarquía de la organización, para que al final del ejercicio toda la empresa participe activamente en este proceso de la gestión del riesgo.

Para aplicar la norma en la empresa, la organización debe conocer, analizar y tener claro el contexto interno y externo de la misma, dentro del contexto externo los riesgos pueden derivarse de algunos factores como por ejemplo: factores legales, sociales, financieros, culturales, de mercado, políticos, tecnológicos, ambientales, reglamentarios y normativos; dentro del análisis interno la empresa puede considerar la visión, misión y los valores de la empresa, la estructura, la gobernanza, procesos, objetivos y políticas, la cultura de la organización, recurso y conocimiento, las relaciones contractuales y los compromisos, entre otros.

Cada proceso que establece la norma ISO 31000: Establecer el contexto, no es nada más que el alcance de la gestión o la administración del riesgo, quiere decir los límites de las actividades que tiene la organización y que pueden verse afectado por cualquier tipo de riesgo. Se debe considerar el entorno de la empresa, valores que hacen a la empresa, jerarquía, y uno de los factores importante que es el liderazgo. Evaluación del riesgo, tomando en cuenta el contexto (el alcance), el siguiente paso es identificar el riesgo o los riesgos que están asociados a las actividades del alcance, seguido del análisis y finalmente evaluarlos. Tratamiento del riesgo, última fase del proceso de la gestión del riesgo, el objetivo principal

es definir las acciones que puede y/o debe tomar la organización para tratar los riesgos, con la finalidad de reducirlos.
La norma ISO 31000 ha definido una estructura para crear valor en las organizaciones, este estándar define unos principios que se deben tener presente y tomar en cuenta al momento de la implementación de la gestión del riesgo.

Tabla 9

Principios de la Gestión del Riesgo ISO 31000:2018

Principios	Detalle
Integrada	Incluye todas las actividades de la empresa.
Estructurada y Exhaustiva	Enfoque ordenado e íntegro para obtener resultados comparables y coherentes.
Adaptada	Se adapta a los contextos externos e internos relacionados a los objetivos de la organización.
Inclusiva	Hace partícipe a las partes interesadas para obtener y considerar los sus conocimientos, las percepciones y los puntos de vista de cada uno, así todas las partes estarán comunicadas.
Dinámica	Es un ciclo, siempre se está monitoreando y tomando acciones de mejora.
Mejor información disponible	Genera registros e información histórica y oportuna, clara y siempre disponible para las partes interesadas.
Factores humanos y culturales	Tiene presente el comportamiento humano y su cultura, debido a que estos factores están vinculados en todas las etapas de la gestión del riesgo.
Mejora continua	Se controla, se revisa y se toman acciones de mejora.

Nota. Fuente: (UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)

Los aspectos que la empresa debe tomar de referencia para la gestión del riesgo, estos componentes deben trabajar juntos y siempre adaptarse a las necesidades de la empresa.

Los componentes son los que se detallan a continuación en la siguiente ilustración *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*:

Figura 1. Marco de referencia
Fuente: Autor

Liderazgo y compromiso, orientado a la alta dirección, en busca del compromiso de los altos mandos, para implementar el sistema de gestión del riesgo adaptando todos los componentes del marco de referencia, implementando y socializando una política o una declaración con enfoque a la gestión del riesgo, comprometiendo los recursos necesarios para que se cumpla con las actividades de la gestión del riesgo, asignando los roles, las obligaciones y las responsabilidades necesarias para gestionar y rendir cuentas respecto a los riesgos *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.
Cuando se habla de la integración se debe tener presente que va a depender de la estructura y del contexto de la organización, la alta dirección debe tener presente que la gestión de riesgo es una parte integra y no ajena a los objetivos, el liderazgo y compromiso, la gobernanza, la estrategias y las operaciones o actividades de la organización *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.

El diseño comprende los siguientes aspectos que se muestran en la Tabla 2:

Tabla 10

Requisitos del Diseño

Requisitos de norma	Descripción
Comprensión de la organización y de su contexto	Se realiza el análisis del contexto interno y externo, con la finalidad de identificar los aspectos que deberían analizarse
Articulación del compromiso con la gestión del riesgo	La alta dirección debe establecer una declaración, una política o algún otro mecanismo en el que se evidencie el compromiso y continuo con la gestión del riesgo.
Asignación de roles, autoridades, responsabilidades y la obligación de rendir cuentas en la organización	Asignar responsabilidades y autoridades a los involucrados en la gestión del riesgo
Asignación de recurso	Asignar los recursos económicos y/o humanos necesarios para la gestión de riesgo, que vas desde el personal capacitado, y si no lo tienen capacitar al personal, los procedimientos documentados, la gestión de la información
Establecimiento de la comunicación y la consulta	Se establecen los mecanismo y el contenido de la counicación y la consulta que deberían reflejar las expectativas de las partes interesadas, es importante que este proceso sea oportuno, y asegurarse que se recopile, consolide, sintetice y comparta la información pertinente.

Nota. Fuente: (UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)

La fase de implementación establece el plan para el desarrollo del marco de referencia, este proceso debe definir los recurso y los plazos apropiados para la implementación de la gestión de riesgo, así también el cómo, dónde, cuándo, quién tomará las diferentes decisiones en la empresa, la revisión y actualización de los procesos que aplicarían para la toma de decisión, y el asegurarse de que toda lo planeado sea comprendido y puesta en marcha por la organización *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.

La valoración busca medir a intervalos definidos el desempeño del marco de referencia, respecto a su programa de implementación, su propósito, sus indicadores y comportamiento aspirado *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.

La mejora continua de la gestión del riesgo, identifica oportunidades de mejora e implementa acciones y los responsables de esas acciones *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.

En el proceso la organización debe establecer de forma sistemática de la política, los procedimientos y prácticas de los procesos de “comunicación y consulta”, planteamiento del “contexto y evaluación”, la forma de gestionar los riesgos, el seguimiento que se debe dar a los mismos, la revisión, registro e informe de los riesgos *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.

La comunicación y consulta tiene como propósito ayudar a que las partes interesadas puedan asimilar el riesgo, los fundamentos en los cuales se toman decisiones y sobre todo las razones por las cuales son vitales tomar estas acciones, esto no es más que, hacer que todas las partes interesadas tomen conciencia y comprendan lo que es un riesgo y la gestión que la

organización debe tomar, mientras que en la comunicación la organización debe tomar las acciones para obtener la retroalimentación y toda la información para la toma de decisiones, algo muy importante en este proceso es que la comunicación se la debe realizar en todo momento, en cada una de las etapas del proceso de la gestión del riesgo *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.

El alcance, contexto y criterios definen los procesos del sistema del riesgo, el contexto externo e interno, ya que es un factor importante debido a que los factores de la organización podrían representar una fuente de riesgo, y la definición de los criterios del riesgo, considerando la forma en que se van a definir y a medir las consecuencias sean estas positivas o negativas y la probabilidad que ocurra, como se va a definir el nivel del riesgo, entre otras *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.

La evaluación del riesgo comprende las siguientes etapas: la identificación, el análisis y la valoración, este proceso se lo debe realizar de una forma sistemática, dinámica y colaborativa, siempre basado en los puntos de vista y el conocimiento de las partes interesadas *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*.

El tratamiento del riesgo, consiste en diseñar e implementar acciones o las opciones para abordar los diferentes tipos de riesgos, este proceso es dinámico e interactivo *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*, e implica lo que se detalla en la figura 1.

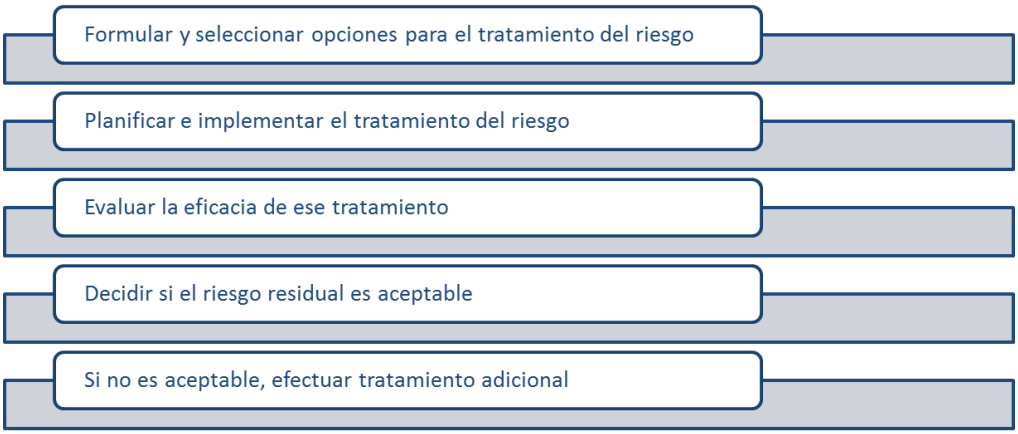


Figura 1. Tratamiento de los riesgos
Fuente: (UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)

El seguimiento y revisión, tiene como finalidad velar y asegurar la eficacia y el mejoramiento continuo de la gestión del riesgo, esta actividad debe estar presente durante todo el proceso mediante revisiones periódicas, en la que la planificación, la recopilación de datos, el análisis de los datos, el registro de los resultados y la retroalimentación con todas las partes son un factor importante en este proceso *(UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices, 2018)*

Según la norma ISO 31000:2018, la empresa debe hacer y mantener registros de todos los resultados o las salidas de las actividades de la gestión del riesgo, documentar la gestión y comunicar a todas las partes interesadas e involucradas, es una actividad importante para la toma de decisión, para mejorar y hacer seguimiento a la gestión del riesgo.

RESULTADOS

La técnica de muestreo que se empleará en el presente proyecto es de carácter “No Probabilística”, es decir, la muestra se tomará con un juicio subjetivo; por lo tanto, las unidades

que participaron y los responsables son los que se muestra a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 11.

Población y muestra

UNIDADES	RESPONSABLE	MUESTRA
Gerencia / Planeación	Gerente General	1
Gerencia Técnica	Gerente Técnico	1
Aseguramiento de la Calidad	Responsable SGC /Auditor SGC	1
Auditoría Técnica	Auditor Técnico	1
Coordinación	Coordinador	1
Inspecciones	Supervisor de inspectores	1
IT	Responsable IT Ecuador	1
RRHH	Analista RRHH	1
Población:		**8**

Luego de realizar el diagnóstico inicial apoyado en la "Lista de evaluación – diagnóstico inicial" y con la ayuda de los métodos y las técnicas para la recolección de datos las primarios y secundarios detallados en el Capítulo 2 del presente documento, a continuación, se detallan los resultados obtenidos con su respectivo análisis.

Requisito 5.2 Marco de referencia, Liderazgo y compromiso

Como resultado de la gestión realizada se tiene que la empresa cuenta con un 95% de cumplimiento de los requisitos del estándar, el 5% del no cumplimiento se debe a que las empresas tienen implementada una política de la calidad, sin embargo, dicha política no hace referencia a la gestión del riesgo.

Figura 2. Liderazgo y compromiso
Fuente: Autor

Requisito 5.3 Integración

La integración es un factor y un requisito importante para la gestión de riesgo, con respecto al cumplimiento de este apartado, lo implementado por la empresa cumple con el 75%, mientras que el 5% no implementado se debe a que durante la evaluación se pudo observar que 5 colaboradores no poseen conocimiento sobre la gestión del riesgo, tampoco el conocimiento de sus responsabilidades.

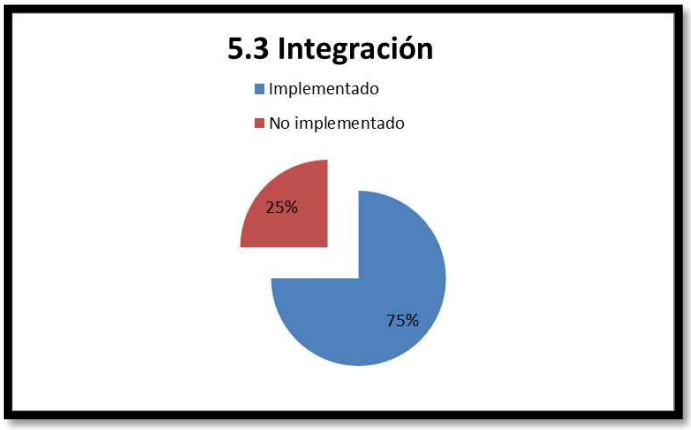


Figura 3. Integración
Fuente: Autor

Requisito 5.4 Diseño

Al igual que el requisito anterior, para el cumplimiento de este apartado, la organización cumple con un 75%, la empresa no se ha asegurado que su personal tenga el conocimiento referente a la gestión del riesgo, por lo tanto, no conocen cómo se debe gestionar y/o comunicar el riesgo.

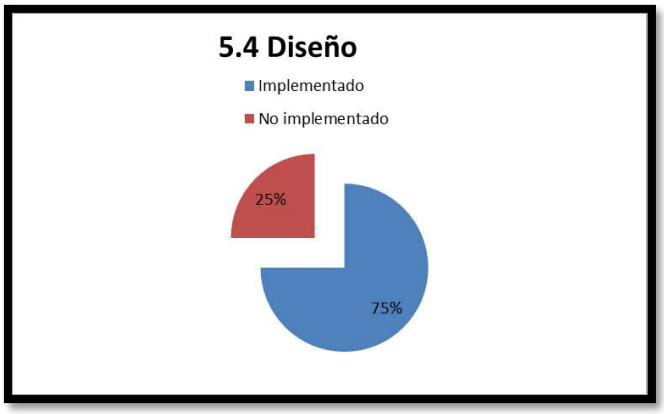


Figura 4. Diseño
Fuente: Autor

Requisito 5.5 Implementación

Realizada la revisión de este requisito, se nota que un 85% se encuentra implementado, mientras que el 15% que no se está implementado debido a que la gestión del riesgo no es claramente comprendida por todos los involucrados, y como consecuencia de aquello

no es puesta en práctica, también no se pudo evidenciar el responsable de tomar los diferentes tipos de decisiones para la gestión del riesgo.

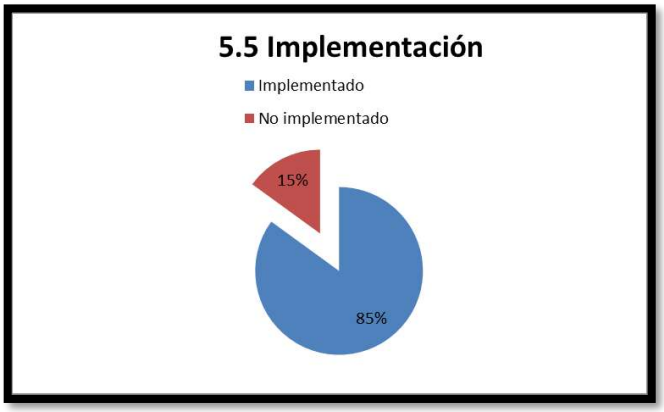


Figura 5. Implementación
Fuente: Autor

Requisito 5.6 Valoración

La empresa cumple con el 95% del presente requisito, la organización se ha asegurado de mantener revisiones periódicas, sin embargo, el 5% del no cumplimiento se debe a que dentro de las revisiones no ha detallado la revisión de los planes para la implementación, indicadores y todo lo referente a la revisión de los resultados esperados referente a la gestión del riesgo.

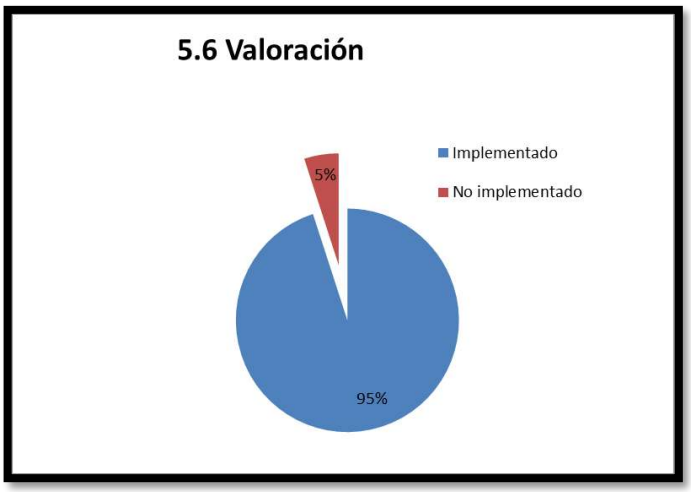


Figura 6. Valoración
Fuente: Autor

Requisito 5.7 Mejora

Con respecto a este requisito y referente a la mejora continua, la organización demuestra un cumplimiento del 100%, esto se debe a que la empresa cuenta con sistemas de gestión acreditados bajo la ISO 17065 y la ISO 17020, en los que se contempla la mejora y son auditados continuamente.

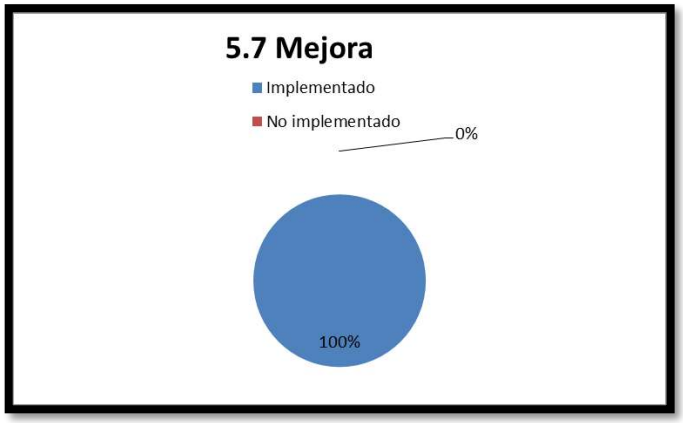


Figura 7. Mejora
Fuente: Autor

Requisito 6.2 Comunicación y consulta

La empresa cumple con el 100% del presente requisito, durante el diagnóstico se evidencia los mecanismos que se ha implementado para la comunicación y la consulta; la comunicación la realiza periódicamente mediante capacitaciones virtuales y refrescamiento de sus políticas desde su intranet, mientras que para la consulta tienen medios para cualquier tipo de retroalimentación sea externa desde su página web o interna mediante la Hot Line que también sirve para realizar cualquier tipo de denuncia que ponga en riesgo a las actividades y operaciones de la organización.

Figura 8. Comunicación y consulta
Fuente: Autor

Requisito 6.3 Alcance, contexto y criterios

Con respecto a este requisito, la empresa ha definido el alcance y del contexto y los criterios, por el tamaño de la empresa y de sus operaciones o actividades, la empresa ha decidido aplicar la gestión de riesgo a todas las unidades o niveles, para este requisito la organización cumple con el 100% de los requisitos de la norma ISO 31000.

Figura 9. Alcance, contexto y criterios
Fuente: Autor

Requisito 6.4 Evaluación del riesgo

Con respecto a la evaluación del riesgo, la empresa cumple con el 50% de los requisitos de norma, actualmente la organización ha desarrollado e implementado una sistemática para la evaluación del riesgo de manera empírica basado en otras metodologías o matrices, ha definido procedimientos documentados para la gestión del riesgo, sin embargo, no se ha definido las técnicas para identificar incertidumbres y las valoraciones del riesgo como lo establece la norma.

Figura 10. Evaluación del riesgo
Fuente: Autor

Requisito 6.5 Tratamiento del riesgo

El cumplimiento de este requisito es del 50%, dentro de la metodología implementada por la organización se contempla definir las acciones que debe emprender la empresa para cada riesgo, sin embargo, el 50% de no cumplimiento se debe a que la metodología no está acorde a los requisitos de la norma, como por ejemplo, no se define la eficacia del tratamiento, la decisión si el riesgo residual es aceptable o no, si se retiene el riesgo o se toman otras acciones.

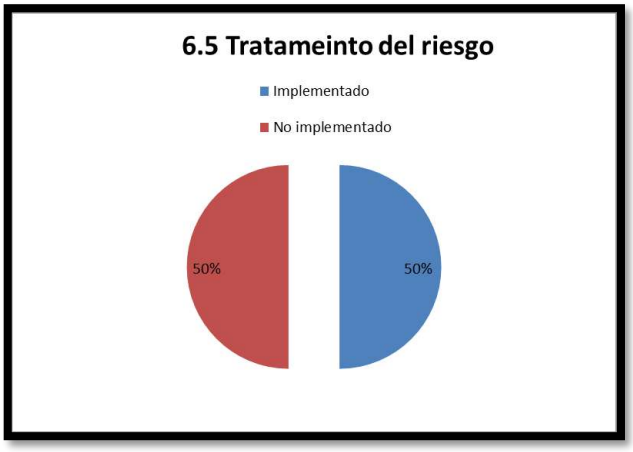


Figura 11. Tratamiento del riesgo
Fuente: Autor

Requisito 6.6 Seguimiento y revisión; y Requisito 6.7 Registro e informe

Para el seguimiento y la revisión de la gestión del riesgo, la empresa tiene un alto cumplimiento del requisito en un 95%, la diferencia, 5%, se debe a que en las revisiones periódicas que realiza la organización no se han considerado, por ejemplo, la revisar los objetivos, los resultados y propuestas de las revisiones anteriores. La empresa mantiene registros de las reuniones realizadas sin embargo estos registros carecen de los resultados del seguimiento y la revisión.

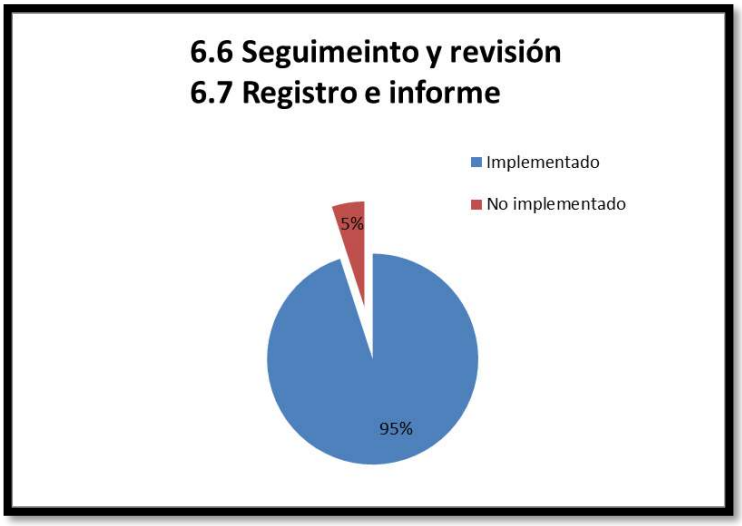


Figura 12. Seguimiento y revisión. Registro e informe
Fuente: Autor

Basado en los resultados obtenidos del diagnóstico y del análisis realizado, se evidencia que la empresa cumple parcialmente con los requisitos de la norma ISO 31000:2018; del 84% de los requisitos implementados, el requisito 5.7 Mejora, 6.2 Comunicación y consulta y el apartado 6.3 Alcance, contexto y criterios, se encuentran implementados en su totalidad, mientras que el 16% de los requisitos de la norma mencionada no se encuentra implementado.

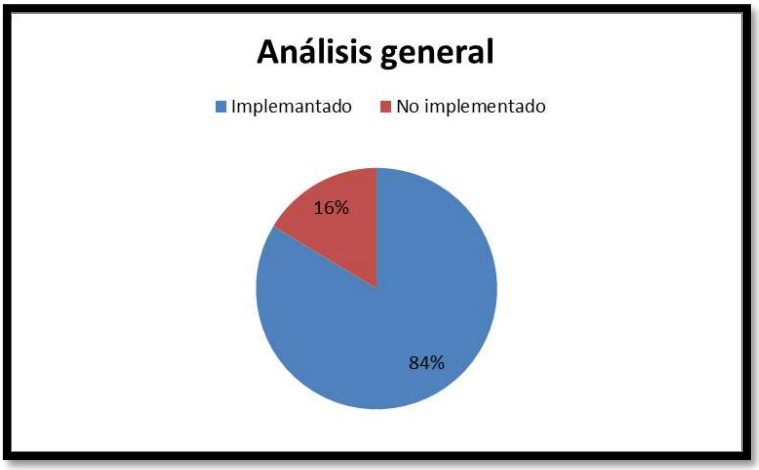


Figura 13. Análisis General del Sistema de Gestión de Riesgo
Fuente: Autor

CONCLUSIONES

Del diagnóstico de situación actual, se evidencia que la empresa cumple parcialmente con los requisitos de la norma ISO 31000:2018; el 84% de los requisitos del estándar se encuentran implementados, mientras que el 16% no se encuentra implementado debido a que la gestión del riesgo que mantiene la empresa ha sido establecido sin seguir un estándar, simplemente se ha definido la metodología para la evaluación del riesgo no muy robusta; en otros casos la organización debe mejorar los procedimientos y formatos de registros.

Es importante que los planes de mejora incluyan la interacción con la Alta Gerencia, quienes deben conocer el estatus actual de la compañía y de las actividades que se desarrollaran y sobre todo para tener su respaldo, otro aspecto a considerar son los procedimientos y formatos de registros faltantes, para luego socializar todo el sistema de gestión, entrenar a los involucrados y/o responsables de los procesos para el entendimiento e interpretación de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

Días, A. A. (Septiembre de 2017). ¿Auditoría más efectiva después de COSO ERM 2017 o de ISO 31000:2009? *Revista Perspectiva Empresarial*, 73-79.

El País. (21 de Dic de 2014). *Una nueva revolución industrial*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2014/12/19/actualidad/1419006216_471179.html

Fernández, D. (21 de Diciembre de 2014). *El país*. Recuperado el 28 de Febrero de 2019, de https://elpais.com/economia/2014/12/19/actualidad/1419006216_471179.html

Guillem, M. P., Soler, V. G., & Pérez-Bernabeu, E. (10 de Diciembre de 2015). Sistemas de Gestión de la Calidad: Lean Manufacturing, Kaizen, Gestión de Riesgos (UNE-ISO 31000) e ISO 9001. *3C Tecnología*, 175-188.

ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario. (15 de 09 de 2015). ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario. Ginevra.

José-Marti, I. C. (2013). *PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS Y SGUROS EN LAS EMPRESAS.* Madrid: CASARES, Asesoría Actuarial y de Riesgos, S.L.

Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. (09 de jun de 2014). *Servicio de Acreditación Ecuatoriano.* Obtenido de Servicio de Acreditación Ecuatoriano: https://www.acreditacion.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/LEY-DEL-SISTEMA-CUATORIANO-DE-LA-CALIDAD.pdf

Paulise, L. (2015). *8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme*. Obtenido de https://destinonegocio.com/ec/economia-ec/8-factores-fracasan-90-pyme/

Paulise, L. (3 de Mazo de 2017). 8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme. *8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme*. Ecuador. Obtenido de https://destinonegocio.com/ec/economia-ec/8-factores-fracasan-90-pyme/

Reglamento General a la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. (09 de jun de 2014). *Servicio de Acreditación Ecuatoriano.* Obtenido de https://www.acreditacion.gob.ec/wp-content/uploads/2016/11/reglamento-ley-de-calidad.pdf

Rubén Hurtado, W. R. (2009). IMPACTO EN LOS BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS NORMAS DE CALIDAD ISO 9000 EN LAS EMPRESAS. *Revista de la Facultad de Ingeniería*, 17-26.

Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (s.f.). *Cómo acreditarse: organismos de certificación*. Obtenido de https://www.acreditacion.gob.ec/como-acreditarse-organismos-de-certificacion/

Servicio de Acreditación Ecuatoriano -SAE. (29 de Septiembre de 2017). *Ecuador en la Encuesta ISO 2016*. Obtenido de https://www.acreditacion.gob.ec/encuesta-iso-2016/

Tocabens, M. B. (sep-dic de 2011). Definiciones acerca del riesgo y sus implicaciones. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 470-481 . Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-30032011000300014

UNE - ISO 31000 Gestión del Riesgo. Directrices. (Marzo de 2018). Asociación Española de Normalización. Madrid, España.

004. CONEXIÓN DE LA PROPENSIÓN AL RIESGO CON EL MODELO TPB PARA LA ACCIÓN EMPRENDEDORA. VALIDACIÓN DE UN NUEVO CONSTRUCTO FIABLE PARA EL RIESGO.

Connection of the risk propensity with the TPB model for entrepreneurial action. Validation of a new reliable construct for risk.

Autor:

MALUK Omar A Ingeniero mecánico, Magister en economía y dirección de empresas, Magister en Investigación, Doctor en investigación del emprendimiento. Facultad de Emprendimiento, Negocios y Economía. Universidad Espíritu Santo, Ecuador. Afiliación ID: 60104602. omaluk@gmail.com

RESUMEN:

El modelo de comportamiento planificado de TPB utilizado por Liñán F (2008) fue modelado por Maluk O (2018b) con la variable intención como mediadora parcial, la decisión como mediadora total y la acción empresarial como dependiente final. Los rasgos de personalidad según las escalas de Olmos & Castillo (2011) han sido recientemente validados y por Maluk O & Maluk S (2019b) y entre sus constructos se encuentra la propensión al riesgo, la que en el presente trabajo se la ha incorporado al modelo mencionado como una variable que tiene impacto sobre la intención emprendedora. Adicionalmente se ha validado para los graduados de economía y negocios del Ecuador la escala de propensión al riesgo de Rohrmann B (2002). Dos modelos en SEM se han obtenido, siendo la escala de Olmos & Castillo (2011) reducida a 4 items y validada por Maluk O & Maluk S (2019b) la que más impacto tiene sobre la intención emprendedora y con la cual se construyó un modelo más confiable y menos complejo.

Palabras claves: acción emprendedora, decisión, propensión al riesgo, TPB modelo, SEM.

Abstract: The planned behavior model of TPB used by Liñán F (2008) was modeled by Maluk O (2018b) with the intention variable as a partial mediator, the decision as a total mediator and the entrepreneurial action as the final dependent variable. The personality traits according to the scales of Olmos & Castillo (2011) have recently been validated by Maluk O & Maluk S (2019b) and among its constructs is the risk propensity, which in the present work has been incorporated into the model mentioned as a variable that has an impact on entrepreneurial intention. Additionally, the risk propensity scale of Rohrmann B (2002) has been validated for graduates of economics and business in Ecuador. Two models in SEM have been obtained, being the scale of Olmos & Castillo (2011) reduced to 4 items and validated by Maluk O & Maluk S (2019b) the one that has the most impact on the entrepreneurial intention and with which a model is built more reliable and less complex.

Key words: entrepreneurial action, decision, risk propensity, TPB model, SEM structural equations.

1. INTRODUCCIÓN:

En la tesis doctoral de Maluk O (2018b) se determinó un modelo bajo TPB en SEM para la intención, la decisión y la acción emprendedora de los graduados de economía y negocios del Ecuador, con la finalidad de tener un modelo que explique los diferentes senderos para llegar a la acción emprendedora como conducta final del emprendedor.

En el trabajo de investigación publicado en la revista ESPACIOS realizado por Maluk O y Maluk S (2019b) se ha validado la escala de rasgos de personalidad que incluye la propensión al riesgo como un constructor de primer orden, siguiendo lo realizado por Olmos & Castillo (2011) pero aplicado a los graduados de economía y negocios, con la finalidad de tener una escala fiable para ser usada en la formación emprendedora de los futuros estudiantes de universidades e institutos.

Adicionalmente en la tesis doctoral mencionada, se midieron dos escalas para la propensión al riesgo con la finalidad de incorporar y analizar los datos en futuras investigaciones. En el presente trabajo de investigación se ha validado el constructor de la propensión al riesgo de Rohrmann B (2002) y se lo compara e incorpora junto con el ya validado de Olmos & Castillo (2011), con la finalidad de construir un modelo en SEM que tenga el mejor ajuste y pueda ser orientador del riesgo, de tal manera que se mida el grado de impacto que tiene sobre la intención emprendedora y por ende sobre el comportamiento final del emprendedor.

Los resultados han sido significativos e interesantes, en el sentido de que la escala reducida de Olmos & Castillo (2011) resultó tener un mayor impacto dentro del modelo SEM, ambos modelos fueron comparados mediante el ajuste chi cuadrado y los indicadores de bondad de ajuste relativos. El modelo menos complejo y mejor, fue definido mediante el criterio de Akaike.

Como una contribución novedosa a la investigación, se validó la escala de un nuevo constructo para la propensión al riesgo con 10 ítems, producto de la combinación de los ítems de los autores anteriormente mencionados y que resultó con un indicador mayor de fiabilidad que las escalas originales.

1.1 El Problema de la investigación:

La brecha de investigación se obtiene siguiendo las recomendaciones consideradas en la tesis doctoral de Maluk O (2018b), por lo que en el presente trabajo de investigación, se combina el modelo den SEM para la acción emprendedora con el constructo validado por Maluk O & Maluk S (2019b) para la propensión al riesgo, la que fue derivada de los componentes de los rasgos de personalidad validados por Olmos & Castillo (2011), buscando medir el impacto que tiene sobre la intención emprendedora y sobre el modelo de TPB para la acción emprendedora como un comportamiento final.

El problema consiste en incorporar la propensión al riesgo conjuntamente con el modelo en TPB, determinar cuál es el impacto que tiene sobre la intención emprendedora y verificar que el modelo se ajusta y es confirmatorio.

1.2 Justificación, relevancia y uso

La originalidad del presente trabajo de investigación, consiste en incluir la propensión al riesgo como una variable adicional al modelo TPB para la acción emprendedora y obtener un modelo

más amplio que el desarrollado por Maluk O (2018b), derivándose en 2 modelos que tienen, el primero el constructo reducido para la propensión al riesgo de Olmos & Castillo (2011) y un segundo que mide el riesgo según Rohrmann B (2002). La justificación fundamental consiste en determinar, ¿Cuál de las escalas de propensión al riesgo validadas, es la que mayor impacto tiene sobre la intención emprendedora? y verificar si se ajusta con el modelo de TPB para la acción emprendedora.

Lo relevante y el aporte científico del presente trabajo de investigación, es que toma el modelo en SEM que valida el constructos de la propensión al riesgo de Olmos & Castillo (2011) y lo inserta en conexión con el modelo de TPB para la acción emprendedora, encontrando que la propensión al riesgo tiene un alto impacto (0.52) sobre la intención emprendedora, sirviendo para futuras investigaciones sobre el comportamiento emprendedor.

Además, se ha validado con una mayor fiabilidad un **nuevo constructo** para la propensión al riesgo, el que es derivado de combinar las escalas de ambos autores mencionados anteriormente, Rohrmann B (2002) y Olmos & Castillo (2011).

1.2 Objetivo general y objetivos específicos

El objetivo general es construir un modelo en SEM más amplio que el original del Autor de TPB, y contribuir a un nuevo modelo de formación emprendedora que incorpore la propensión al riesgo como una variable adicional que tiene un impacto sobre el comportamiento emprendedor.

Los objetivos específicos son:

a. Validar la escala de propensión al riesgo de Rohrmann B (2002) para los graduados de economía y negocios del Ecuador.
b. Construir una nueva escala de propensión al riesgo combinando los items de Rohrmann B (2002) y Olmos & Castillo (2011)
c. Determinar, ¿Cuál de los constructos que miden la propensión al riesgo tiene un mayor impacto sobre la intención emprendedora?

1.3 Hipótesis:

Tomando en consideración las investigaciones anteriores, las hipótesis en su orden son:

H1: La propensión al riesgo validada a partir de Olmos & Castillo (2011) tiene impacto positivo sobre la intención emprendedora y se incorpora conjuntamente con el modelo TPB para la acción emprendedora.

H2: La orientación al riesgo ROQ de Rohrmann B (2002) tiene un impacto positivo sobre la intención emprendedora y se incorpora conjuntamente con el modelo TPB para la acción emprendedora.

H3: El constructor de la propensión al riesgo derivado de Olmos & Castillo (2011) tiene un mayor impacto sobre la intención emprendedora que la orientación al riesgo derivada de Rohrmann B (2002)

H4: La combinación de ambos constructos de propensión al riesgo y orientación al riesgo, mencionados anteriormente, tiene un impacto positivo sobre la intención emprendedora y se incorpora en el modelo de TPB para la acción emprendedora.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

En sus ensayos sobre la naturaleza del comercio el economista Cantillon R (1755) definió la propensión al riesgo como una variable a estudiar y fue definida por Brockhaus Sr (1980) como la preferencia por las situaciones que pueden reportar beneficios y recompensas en caso de éxito, pero también severas consecuencias si se fracasa (Olmos & Castillo, 2011).

En la iniciativa por las oportunidades, los emprendedores usan sus conocimientos y su capacidad cognitiva, de tal manera que encuentran las vetas para tomar ventaja como nos refiere Mitchell et al (2002)

“Una de los más significativas diferencias es su competencia en la búsqueda y exploración de las oportunidades ya que hay dos respuestas a la interrogante de por qué algunas personas descubren las oportunidades empresariales más que los demás (Mitchell et al., 2002).

Estas condiciones son como sigue

a) Tener los conocimientos necesarios para identificar la oportunidad, y

b) Utilizar cualidades cognitivas que se requieren sobre este tema en su favor” (Shane S & Venketaraman S, 2000).

Y agregamos, que al tomar riesgos, se están comparando y se sienten con más poder para ordenar y tomar la ventaja sobre sus competidores, tal como lo mencionan Palich L & Bagby D (1995).

“Se ha indicado que mientras toman riesgos, los empresarios no actúan de forma muy diferente a los demás, sino que actúan con muy diferentes términos, pensando en las oportunidades de negocio, para que cuando se comparan a las personas que no tienen cualidades empresariales, los primeros son capaces de clasificar las oportunidades que tienen más potencial de ganancias (Palich L & Bagby D, 1995).

Sin embargo, otros por falta de conciencia, no perciben adecuadamente el riesgo, y de esa manera son más propensos a la acción, ya que no son detenidos por procesos del pensamiento.

“Los hallazgos del estudio sugieren que la percepción de riesgo pueden variar debido a ciertos tipos de sesgos cognitivos que conducen a los individuos que perciben menos riesgo. Sesgos cognitivos son tipos comunes de atajos mentales utilizados para hacer juicios”. (Simon N, Houghton S & Aquino K; 2000).

De esa manera, la toma de riesgos no es necesariamente un proceso del pensamiento o la razón, sino una especie de desconocimiento de los verdaderos riesgos en que se puede incurrir al emprender.

Aquí encontramos una brecha de investigación, al ser el riesgo considerado como moderadora del proceso entre el estado del conocimiento y la acción de emprender.

“Los hallazgos del estudio tentativamente sugieren que los individuos empiezan empresas, ya que no perciben los riesgos implicados, y no porque a sabiendas aceptan altos niveles de riesgos. La creencia en la ley de pequeños números, bajaron las percepciones de un individuo del grado de riesgo de una empresa, lo que sugiere que algunos individuos sacan conclusiones firmes a partir de muestras pequeñas”. (Simon N, Houghton S & Aquino K; 1999).

Y continúa los autores en el sentido de que la ilusión del control, disminuye la percepción del riesgo, lo que sugiere que las personas que comienzan negocios podrían no reconocer que ciertas tareas importantes para el éxito, están más allá de su control”. ”. (Simon N, Houghton S & Aquino K; 1999).

Por eso, la brecha sobre la importancia del riesgo, está dada por la existencia de prejuicios y la no suficiente investigación relacionada con el emprendedor y los autores lo dicen de la siguiente manera:

“Aunque mucho queda por hacer, el presente trabajo contribuye a la literatura mediante la adopción de un primer paso lógico hacia la comprensión de la relación entre los sesgos, la percepción del riesgo, y la decisión de iniciar una empresa. Los posibles efectos positivos y negativos de los prejuicios y los bajos niveles de percepción de riesgo sugieren la importancia de estudiarlo”. (Simon N, Houghton S & Aquino K; 1999).

El hecho de que los más emprendedores son capaces de discriminar los diferentes proyectos, no necesariamente significa que sean más arriesgados.

“Estos resultados tienen implicaciones para las escalas de propensión de riesgo de auto-informe. Los empresarios no pueden pensar en sí mismos como más propensos a tomar riesgos que los no emprendedores, pero sin embargo son predispuestos a cognitivamente categorizar las situaciones de negocios de manera más positiva”. (Palish L & Bagby D; 1999).

En el trabajo de investigación de (Forlani D & Mullins J W; 2000), se detalla el modelo la toma de decisiones para nuevas empresas, en el que la percepción al riesgo es una variable mediadora entre los resultados de la planificación financiera y la decisión final.

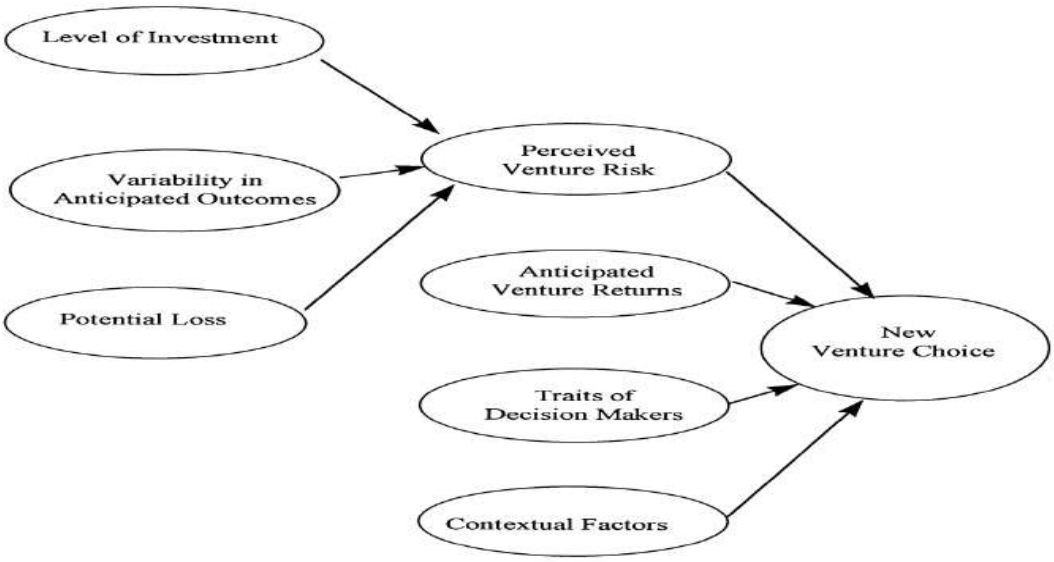


FIGURE 1 A Framework of the Role of Risk Perceptions in New Venture Selection.

Figura 1: El Rol del Riesgo en la selección de nuevos proyectos. (Forlani D & Mullins J; 2000).

Leamos la cita de los autores al respecto del riesgo de los empresarios:

"También se encontró un efecto de las diferencias en la propensión de riesgo, entre los empresarios ante las opciones en su nueva aventura. Este efecto sugiere, no sólo que los empresarios deben ser cuidadosos de cualquier sesgo que aportan a sus nuevas decisiones de riesgo, sino que los inversores potenciales deben tener en cuenta el grado en que los empresarios en los que optan por invertir, tienen idénticas propensiones al riesgo que los propios inversores". (Forlani D & Mullins J W; 2000).

Sobre asumir de riesgos, encontramos que los emprendedores en su carrera empresarial deberán tener la diferencia de asumir los riesgos en mayor proporción que los individuos en general. (Guillen C et al., 2004).

Y sobre la fuerza de la decisión Roth E (2008) menciona que

"La fuerza de la decisión de emprender e innovar es una función ordenada de la percepción del riesgo y la certeza asociada a la situación de decisión. El autor confirmó que las variaciones en los valores de riesgo y certeza constituían la decisión para el cambio".

También menciona, que una innovación o emprendimiento sería más probable cuando los siguientes factores convergen

a) Dados algunos factores contextuales capaces de guiar al innovador o empresario hacia un objetivo

b) Hacer conjeturas favorables sobre el riesgo o incertidumbre y

c) cuando las propias capacidades se valoran positivamente para enfrentar los obstáculos percibidos con éxito y aprovechar las Nuevas oportunidades.

Por lo tanto, la mejor predicción se basa en aquellas características personales que se pueden detectar en cualquier momento y que están asociadas con la intención o decisión de ser un emprendedor. (Krueger & Dickson, 1994; Roth E & Lacoa D, 2009).

La creación de empresas siempre lleva aparejada un riesgo dado que la esencia de la actividad económica, es la dedicación de recursos existentes a expectativas en el futuro, y quien tenga tendencia a evitar el riesgo difícilmente podrá ser empresario (Bhasin B, 2007).

La orientación al riesgo cambia según el momento del tiempo de la vida de un individuo, según el patrimonio, el estatus social, la familia y la experiencia, por lo que el emprendedora que asume cierto riesgo, puede estar tratando de minimizar otro tipo de riesgos. (Bird B, 1988).

La propensión al riesgo es una característica común que poseen los emprendedores que con la práctica han aprendido a sobrellevarla. Según Olmos & Castillo (2011) se considera el riesgo como una variable inherente a la creación de empresas ya que hay que tomar riesgos invirtiendo recursos y buscando oportunidades y una valoración del riesgo es importante, pero, algunos autores consideran que ese riesgo se analiza, pero que no es necesariamente es la percepción de riesgo del individuo. Además la aversión al riesgo se ve incrementada conforme va avanzando la edad y se tiene cierta mayor experiencia del pasado. (Olmos & Castillo, 2011)

Por último, observemos lo que nos explica García J C et al (2005) cuando inicia su investigación con la siguiente pregunta ¿Es la propensión al riesgo realmente una variable moderadora de la autoeficacia? como pareciera proponerlo en su trabajo de investigación sobre “Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario”.

De alguna manera la propensión al riesgo influye sobre la autoeficacia, veamos la cita posterior de los autores:

Tenemos la historia personal, los valores, actitudes, motivaciones, rasgos de personalidad y habilidades personales; así como también los factores políticos, económicos y el contexto social como apoyo social, normas subjetivas, percepción de oportunidades y recursos (García J C et al, 2005).

Concluye el autor validando tres hipótesis que relacionan positivamente la Autoeficacia, la Proactividad y el Riesgo, con la intención de emprender. A continuación su modelo resumido.

Figura 1. Modelo general de intenciones emprendedoras

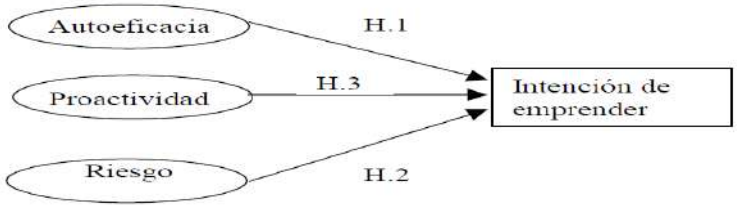


Figura 2: Modelo general de intenciones emprendedora (García J C et al, 2005).

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Escalas de medición usadas.

Los autores mencionados en la Revisión de la literatura, trataron sobre los siguientes asuntos relacionados con el riesgo:

PROPENSIÓN AL RIESGO	
(Roth E y Lacoa E, 2008)	Comportamiento emprendedor es ejemplo de innovación
(Shane y Venketaraman, 2000).	Utilizar conocimientos y cualidades cognitivas para emprender
Palich y Bagby (1995).	Más riesgo más poder para tomar ventaja sobre competidores
(Simon N, Houghton S y Aquino K; 2000).	La percepción de riesgos varía con los sesgos cognitivos
(Forlani D y Mullins J; 2000)	El riesgo modera la planificación financiera con la decisión
(Sánchez, Llanero y Yurrebaso, 2005).	Modelo de Autoeficacia, proactividad y riesgo con intención
(Rohrmann B,1997,2002),	Cuestionario de Orientación al Riesgo (ROQ),
(Lanero A., Sánchez, J y Villanueva, J, 2007)	Deseabilidad, factibilidad autoeficacia moderan riesgo-intención

Figura 3: Algunos de los autores y conceptos derivados de la revisión de la literatura (Autor)

En su trabajo de investigación Sáchez, Lanero y Yurrebasco, (2005), utilizaron la escala de orientación al riesgo de Rohrmann (1997) (ROQ) detallada a continuación:

R1 Soy bastante cauteloso al momento de hacer planes y ejecutarlos
R2 Sigo el lema, “nada aventurado, nada ganado”
R3 No le tengo mucha simpatía a las decisiones aventureras
R4 Si una tarea parece interesante, escogeré realizarla aunque no esté seguro que podré manejarla
R5 No me gusta poner algo en juego, prefiero en vez estar en el lado seguro
R6 Aun cuando sé que mis probabilidades son limitadas, pruebo mi suerte.
R7 En mi trabajo solo planteo objetivos pequeños, para poder alcanzarlos sin dificultad
R8 Expreso mi opinión inclusive cuando la mayoría de personas tienen visiones opuestas
R9 Mis decisiones siempre son tomadas con cuidado y precisión
R10 Me gustaría ejercer el trabajo de mi jefe en alguna ocasión, para demostrar mi competencia a pesar del riesgo de cometer errores.
R11 Tiendo a imaginar los resultados desfavorables de mis acciones
R12 El éxito me hace tomar mayores riesgos

Figura 4: Escala de Orientación al Riesgo ROQ de (Rohrmann B, 2002).

Mientras que Olmos & Castillo (2011) utilizaron la escala incluida en los rasgos de personalidad, de la que se extrajo por Maluk O & Maluk S (2019b) un componente principal compuesto de 4 ítems que son los siguientes:

Propensiòn al riesgo
PPS4.Disfruto de las actividades que suponen un alto grado de aventura
PP11. Me parece que si no asumo riesgos me quedaré estancado/a
PP18. Las personas que asumen riesgos tienen más probabilidades de salir adelante que las que no se arriesgan
PP25. Me atrevo a afrontar cualquier situación para mejorar mi desempeño o lograr mis propósitos
PP32. Pienso poco en los riesgos que conllevan mis decisiones

Figura 5: Escala de propensión al riesgo de Olmos & Castillo (2011).

Todos los ítems de ambas escalas fueron incluidos en el cuestionario original de Maluk O (2018b) y quedaron para ser analizados en futuros artículos científicos.

3.2 Población y muestreo

El presente estudio se basa en la muestra de 200 egresados de economía y negocios según lo realizado por Maluk O (2018b) considerando que la población es infinita y su posterior aplicación en SEM.

Para seleccionar la muestra, los graduados de las Facultades de Economía y Empresa se tomaron como la población objetivo, desde el año 2001 hasta el año 2013 con edades entre mayores de 27 y menores de 40 años. (Maluk O, 2018b)

Los datos fueron incorporados en el cuestionario original del Autor y reservados para futuros análisis científicos.

4. ANÁLISIS DE DATOS

4.1 Análisis de componentes principales y reducción de dimensiones de los ítems de la Escala de Orientación al Riesgo ROQ

La matriz de componentes rotados es la siguiente, con 2 factores, siendo el primero el de mayor varianza explicada y el que se usará en la presente investigación.

La prueba de KMO resultó superior a 0.700 que es aceptable según (Miquel et al, 1997). y la prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa para proceder al análisis factorial .

Mediante rotación Varimax y Kayser, se obtuvieron 3 componentes y se procedió a tomar el primero que explica la mayor varianza del 40.467%, para propensión al riesgo, eliminando los ítems que no cargan de forma homogénea, se logró un Alfa de Cronbach de 0.780 para la escala, lo que está en el intervalo de aceptable y presto para un análisis confirmatorio.

Matriz de componentes rotados[a]

	Componente		
	1	2	3
R12	,803		
R10	,754		
R6	,751		
R8	,632		
R4	,604		
R1		,757	
R9		,725	
R5		,702	
R7			,817
R3			,802

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.
a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,780	5

Figura 6: Componente y fiabilidad de la escala de la orientación al riesgo ROQ (Autor)

El componente seleccionado tiene 5 ítems y con un grado de fiabilidad Alfa de Cronbach de

0.780 que es superior a 0.70 y por lo tanto válido para ir a SEM.

Los ítems que componen la comunalidad son aquellos que se expresan de manera positiva sobre el tomar riesgos, quedando en otros componentes aquellos ítems que son contrarios a tomar riesgos.

Se ha validado en el presente trabajo la escala de orientación al riesgo ROQ modificada .

4.2 Análisis de componentes principales y reducción de dimensiones de los ítems de la escala de propensión al riesgo de Olmos & Castillo (20111).

El componente que más aporta a la varianza explicada está compuesto por 4 items y con un grado de fiabilidad Alfa de Cronbach de 0.755 superior a 0.70

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,755	4

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
PPS4	18,2600	9,017	,485	,748
PPS11	18,1200	9,905	,433	,768
PPS18	17,7700	9,625	,695	,633
PPS25	17,7900	9,805	,672	,645

Figura 7: Componente y fiabilidad para la propensión al riesgo (Autor)

La prueba de KMO resultó superior a 0.700 que es aceptable segùn (Miquel et al, 1997). y la prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa para proceder al análisis factorial .

Mediante rotación Varimax y Kayser, se obtuvieron 2 componentes y se procedió a tomar el primero que explica la mayor varianza del 48.467%, para propensión al riesgo, eliminando el ítems PS31 que no carga de forma homogénea, se logró un Alfa de Cronbach de 0.755 para la escala, lo que está en el intervalo de aceptable y presto para un análisis confirmatorio.

Se ha validado en el presente trabajo la escala modificada de Olmos & Castillo (2011) para la propensión al riesgo.

4.3 Análisis de componentes principales y reducción de dimensiones considerando conjuntamente los ítems de escala de Orientación al Riesgo ROQ y la escala de propensión al riesgo

La prueba de KMO resultó superior a 0.700 que es aceptable según (Miquel et al, 1997). y la prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa para proceder al análisis factorial .

La matriz de componentes rotados dio 5 factores, pero el primero que capturó el 52.149% de la varianza explicada, mediante rotación Varimax y Kayser, lográndose un Alfa de Cronbach de 0.867 para la escala, lo que está en el intervalo de muy buen y presto para un análisis confirmatorio.

Matriz de componentes[a]

	Compo...
	1
PPS25	,862
R10	,831
PPS18	,814
R8	,749
R12	,728
R1	,662
R4	,608
PPS4	,603
PPS11	,578

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	4,693	52,149	52,149	4,693	52,149	52,149
2	,916	10,174	62,323			
3	,757	8,410	70,733			
4	,695	7,722	78,455			
5	,500	5,552	84,007			
6	,476	5,287	89,294			
7	,418	4,649	93,943			
8	,343	3,807	97,750			
9	,202	2,250	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,867	10

Figura 8: Componente para la propensión y orientación al riesgo combinando los ítems de Orientación al Riesgo ROQ (Rohrmann B, 2002) y la escala de propensión al riesgo de Olmos & Castillo (2011). (Autor)

Este resultado obtenido es una **contribución importante para la ciencia del emprendimiento**, en virtud de que tiene 10 ítems que constituyen una comunalidad homogénea y que puede ser utilizado en futuras investigaciones como un constructo para medir el riesgo, dado que su origen está compuesto por la acumulación de los ítems de 2 escalas validadas por científicos de renombre internacional.

4.4 Análisis en SEM para los constructos del modelo de TPB agregando la propension al riesgo

El siguiente Modelo 1 en SEM fue construido a partir del modelo de comportamiento planificado TPB de Maluk O (2018b) y agregándole la propensión al riesgo, de tal manera que siguiendo la revisión de literatura, el riesgo impacta directamente en la intención

emprendedora, por lo que se agregó al modelo original el constructo validado previamente teniendo un impacto de 0.42 sobre la intención.

El resultado fue que el modelo se ajustó correctamente y todos los coeficientes estructurales resultaron positivos y significativos, tal como se muestra en la figura a continuación.

La acción de emprender recibe un impacto positivo de 0.13 de la Decisión emprendedora y esta a la vez recibe un impacto de 0.28 de la intención, la que tiene un impacto positivo de la propensión al riesgo de 0.42, siendo la intención emprendedora una variable mediadora total entre la propensión al riesgo y la decisión emprendedora.

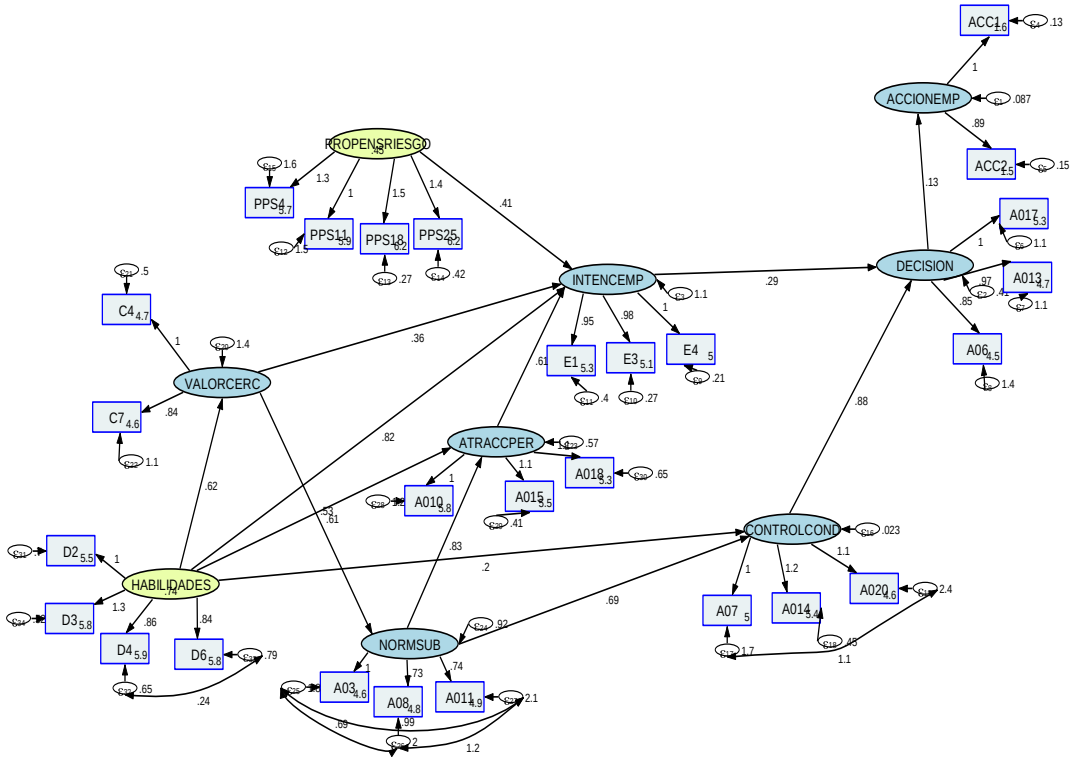


Figura 9: Modelo 1 en SEM para la acción emprendedora combinando el TPB con la propension al riesgo modificada de Olmos & Castillo (2011) (Autor)

Los coeficientes estructurales y los grados de significancia fueron positivos y significativos tal como se muestra en la figura 10 a continuación.

	Coef.	OIM Std. Err.	z	P>|z|	[95% Conf.	Interval]
Structural						
ACCIONEMP <-						
DECISION	.133027	.0256749	5.18	0.000	.0827051	.1833489
DECISION <-						
INTENCEMP	.2947711	.055306	5.33	0.000	.1863733	.4031688
CONTROLCOND	.8778286	.1656985	5.30	0.000	.5530654	1.202592
INTENCEMP <-						
VALORCERC	.3626451	.1018056	3.56	0.000	.1631097	.5621804
ATRACCPER	.6063334	.0931065	6.51	0.000	.4238481	.7888187
PROPENSRIESGO	.4121883	.15106	2.73	0.006	.1161161	.7082606
HABILIDADES	.8206297	.1544888	5.31	0.000	.5178372	1.123422
CONTROLCOND <-						
NORMSUB	.6863189	.1046593	6.56	0.000	.4811904	.8914473
HABILIDADES	.2001303	.082868	2.42	0.016	.037712	.3625486
VALORCERC <-						
HABILIDADES	.6219429	.1312224	4.74	0.000	.3647517	.8791341
NORMSUB <-						
VALORCERC	.5310535	.0938014	5.66	0.000	.3472061	.7149009
ATRACCPER <-						
NORMSUB	.8306814	.1123752	7.39	0.000	.6104301	1.050933
HABILIDADES	.6130493	.1296729	4.73	0.000	.358895	.8672036

Figura 10: Coeficientes estructurales y grados de significancia del modelo 1 (Autor)

El modelo estructural quedó identificado y se ajustó con un chi-cuadrado de 810.253 con 306 grados de libertad. La relación chi-cuadrado versus grados de libertad es menor a 3 según lo recomendado por Hair et al. (1998), por lo que el ajuste es bueno, y siendo este un indicador de ajuste global, se puede destacar que el modelo converge mediante una función de máxima verosimilitud tal como se observa en la figura 11.

Los índices de bondad de ajuste están dentro de lo recomendado por Hair et al. (2006), ya que el RMSEA en 0.092 es menor a 0.10 y el ajuste marginal CFI es 0.867 un valor cercano al valor recomendado de 0.90, pero aún es aceptable.

La tasa de ajuste es 0.080 SRMR por debajo pero muy cercano al máximo aceptable entre 0.80 y 0.10 y el coeficiente de determinación R2 del modelo es 0.984 menor al valor máximo de 1, por lo que el 98.4 % de la varianza total de la acción emprendedora la explica el modelo conjunto, mejorando el modelo original del TPB elaborado por Maluk O (2018b).

Todos los coeficientes fueron significativos con un valor P inferior a 0,05, así como las covarianzas implicadas en el modelo de medición.

Fit statistic	Value	Description
Likelihood ratio		
chi2_ms(306)	825.879	model vs. saturated
p > chi2	0.000	
chi2_bs(351)	4265.289	baseline vs. saturated
p > chi2	0.000	
Population error		
RMSEA	0.092	Root mean squared error of approximation
90% CI, lower bound	0.000	
upper bound	.	
pclose	.	Probability RMSEA <= 0.05
Information criteria		
AIC	15871.822	Akaike's information criterion
BIC	16197.859	Bayesian information criterion
Baseline comparison		
CFI	0.867	Comparative fit index
TLI	0.848	Tucker-Lewis index
Size of residuals		
SRMR	0.080	Standardized root mean squared residual
CD	0.984	Coefficient of determination

Figura 11: Ajuste global y coeficientes de bondad de ajuste del modelo 1 de TPB vinculado con la propensión al riesgo (Autor)

Equation-level goodness of fit

depvars	fitted	Variance predicted	residual	R-squared	mc	mc2
observed						
ACC1	.249016	.1219037	.1271123	.4895415	.6996724	.4895415
ACC2	.2465891	.0963397	.1502495	.390689	.6250512	.390689
A017	3.041411	1.960582	1.080829	.6446292	.802888	.6446292
A013	2.964046	1.851545	1.112501	.6246681	.7903594	.6246681
A06	2.86459	1.41634	1.44825	.4944303	.7031574	.4944303
E4	4.272414	4.060433	.2119813	.9503837	.9748763	.9503837
E3	4.156717	3.88766	.2690568	.9352718	.9670945	.9352718
E1	4.074221	3.676353	.3978678	.9023451	.9499185	.9023451
PPS11	1.993839	.4516438	1.542195	.2265198	.4759409	.2265198
PPS18	1.269109	.9996911	.2694182	.7877108	.8875307	.7877108
PPS25	1.246837	.8298464	.4169908	.6655611	.8158193	.6655611
PPS4	2.304891	.7354797	1.569412	.3190952	.5648851	.3190952
A07	2.440451	.7822677	1.658183	.3205423	.5661646	.3205423
A014	1.640603	1.192157	.4484459	.7266579	.8524423	.7266579
A020	3.358436	.9471097	2.411327	.2820091	.5310453	.2820091
C4	2.2356	1.733009	.5025914	.7751873	.8804472	.7751873
C7	2.31979	1.221813	1.097977	.5266911	.7257348	.5266911
A010	3.239861	2.067864	1.171997	.638257	.7989099	.638257
A015	2.996054	2.58481	.4112444	.862738	.9288369	.862738
A018	3.156442	2.508487	.6479559	.7947196	.8914704	.7947196
A03	3.161785	1.405619	1.756166	.444565	.6667571	.444565
A08	2.747453	.7570976	1.990355	.2755635	.5249414	.2755635
A011	2.900022	.7758855	2.124137	.2675447	.5172472	.2675447
D2	1.445974	.7443309	.7016427	.5147611	.7174685	.5147611
D4	1.207899	.5534157	.654483	.458164	.6768781	.458164
D6	1.320825	.526975	.7938501	.3989741	.631644	.3989741
D3	1.86066	1.338706	.5219544	.7194789	.848221	.7194789
latent						
ACCIONEMP	.1219037	.0346948	.0872089	.2846084	.533487	.2846084
DECISION	1.960582	1.551856	.4087263	.7915281	.8896786	.7915281
INTENCEMP	4.060433	2.959995	1.100438	.728985	.8538062	.728985
CONTROLCOND	.7822677	.7594399	.0228278	.9708185	.9853012	.9708185
VALORCERC	1.733009	.2879169	1.445092	.166137	.4075991	.166137
NORMSUB	1.405619	.4887393	.9168796	.347704	.5896643	.347704
ATRACCPER	2.067864	1.500052	.5678123	.7254112	.8517108	.7254112
overall				.9838353		

mc = correlation between depvar and its prediction
mc2 = mc^2 is the Bentler-Raykov squared multiple correlation coefficient

Figura 12: Análisis de invarianza del modelo 1 (Autor)

El análisis de invariancia determina que el R2 total del modelo es 0.983 (STATA) según el método de Bentler-Raykov para medir los coeficientes R2 parciales del modelo. Pudiendo concluir que es elevado y muy satisfactorio.

4.5 Análisis en SEM para los constructos del modelo de TPB agregando la el nuevo constructo de la propensión y orientación al riesgo

El nuevo constructo de propensión y orientación al riesgo validado en el acápite 4.3 del presente trabajo de investigación, fue combinado con el modelo TPB realizado en SEM por Maluk O (2018b).

El siguiente modelo en SEM fue construido a partir del modelo de comportamiento planificado TPB de Maluk O (2018b) y agregándole la propensión y orientación al riesgo combinada y validada en el presente trabajo como un aporte adicional a la ciencia.

El nuevo constructo para el riesgo impacta directamente en la intención emprendedora con 0.22 sobre la intención.

El resultado fue que el modelo se ajustó correctamente y todos los coeficientes estructurales resultaron positivos y significativos, tal como se muestra en la figura a continuación.

La acción de emprender recibe un impacto positivo de 0.13 de la Decisión emprendedora y esta a la vez recibe un impacto de 0.28 de la intención, la que tiene un impacto positivo de la propensión al riesgo de 0.30, siendo la intención emprendedora una variable mediadora total entre la propensión al riesgo y la decisión emprendedora.

Si no arriesgas no intentas y si no intentas no decides, sería el lema del presente modelo.

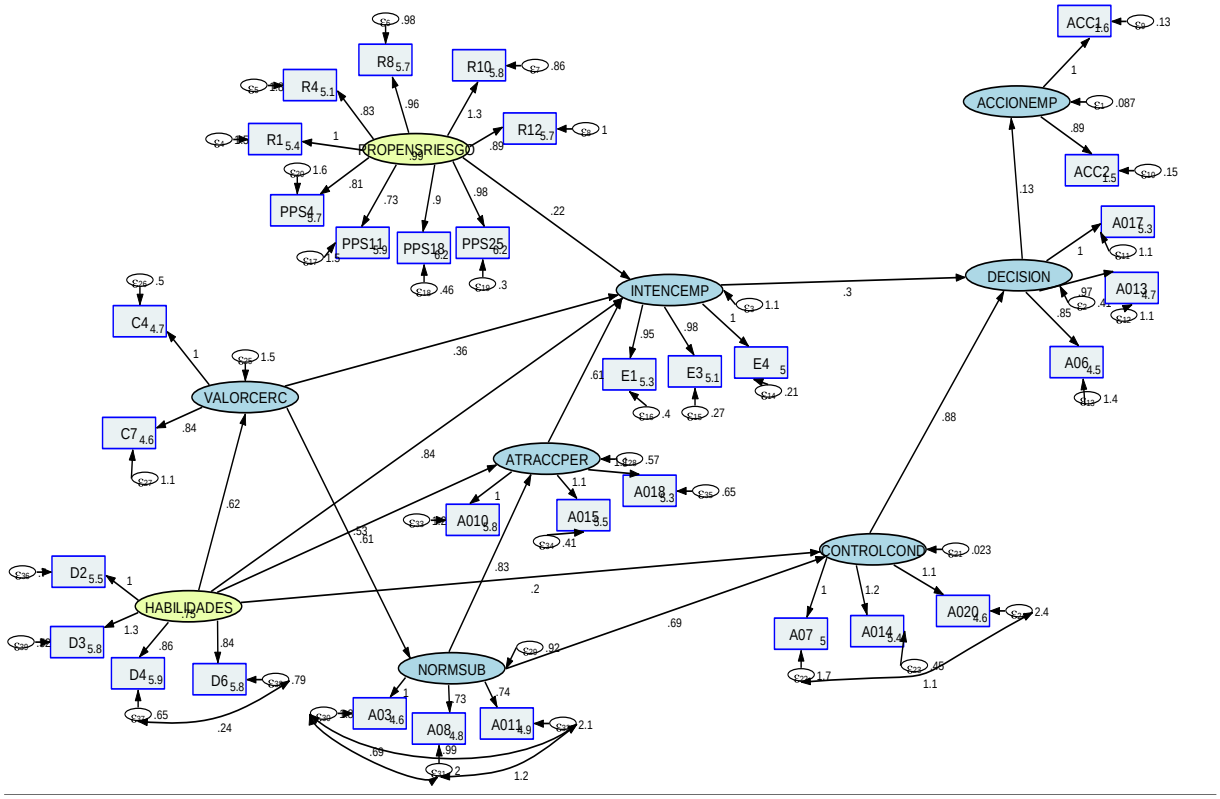


Figura 13: Modelo 2 en SEM para la acción emprendedora combinando el TPB con el nuevo constructo de propension y orientación al riesgo (Autor)

	Coef.	OIM Std. Err.	z	P>|z|	[95% Conf.	Interval]
Structural						
ACCIONEMP <-						
DECISION	.1330172	.0256725	5.18	0.000	.0826999	.1833345
DECISION <-						
INTENCEMP	.295094	.0552663	5.34	0.000	.1867741	.4034139
CONTROLCOND	.8772661	.1655436	5.30	0.000	.5528065	1.201726
INTENCEMP <-						
VALORCERC	.3627117	.1023983	3.54	0.000	.1620148	.5634086
ATRACCPER	.6055358	.0935863	6.47	0.000	.42211	.7889616
PROPENSRIESGO	.2239988	.0933062	2.40	0.016	.041122	.4068755
HABILIDADES	.8391155	.1557769	5.39	0.000	.5337984	1.144433
CONTROLCOND <-						
NORMSUB	.6866226	.1046847	6.56	0.000	.4814444	.8918008
HABILIDADES	.1996124	.0828045	2.41	0.016	.0373186	.3619062
VALORCERC <-						
HABILIDADES	.6213704	.1313151	4.73	0.000	.3639976	.8787432
NORMSUB <-						
VALORCERC	.5297762	.093639	5.66	0.000	.3462471	.7133053
ATRACCPER <-						
NORMSUB	.831128	.1123811	7.40	0.000	.6108652	1.051391
HABILIDADES	.6137351	.12966	4.73	0.000	.3596062	.867864
Measurement						

Figura 14: Coeficientes estructurales y grados de significancia del modelo (Autor)

El modelo estructural quedó identificado y se ajustó con un chi-cuadrado de 1038 con 446 grados de libertad. La relación chi-cuadrado versus grados de libertad es menor a 3 según lo recomendado por Hair et al. (1998), por lo que el ajuste es bueno, y siendo este un indicador de ajuste global, se puede destacar que el modelo converge mediante una función de máxima verosimilitud tal como se observa en la figura 15.

Los índices de bondad de ajuste están dentro de lo recomendado por Hair et al. (2006), ya que el RMSEA en 0.082 es menor a 0.10 y el ajuste marginal CFI es 0.868 un valor cercano al valor recomendado de 0.90, pero aún es aceptable.

La tasa de ajuste es 0.088 SRMR por debajo pero muy cercano al máximo aceptable entre 0.80 y 0.10 y el coeficiente de determinación R2 del modelo es 0.989 menor al valor máximo de 1, por lo que el 98.9 % de la varianza total de la acción emprendedora la explica el modelo conjunto, mejorando el modelo original del TPB elaborado por Maluk O (2018b).

Todos los coeficientes fueron significativos con un valor P inferior a 0,05, así como las covarianzas implicadas en el modelo de medición.

Fit statistic	Value	Description
Likelihood ratio		
chi2_ms(446)	1038.244	model vs. saturated
p > chi2	0.000	
chi2_bs(496)	4972.907	baseline vs. saturated
p > chi2	0.000	
Population error		
RMSEA	0.082	Root mean squared error of approximation
90% CI, lower bound	0.000	
upper bound	.	
pclose	.	Probability RMSEA <= 0.05
Information criteria		
AIC	19018.369	Akaike's information criterion
BIC	19393.806	Bayesian information criterion
Baseline comparison		
CFI	0.868	Comparative fit index
TLI	0.853	Tucker-Lewis index
Size of residuals		
SRMR	0.088	Standardized root mean squared residual
CD	0.989	Coefficient of determination

Figura 15: Ajuste global y coeficientes de bondad de ajuste del modelo 2 de TPB vinculado con la propensión al riesgo (Autor)

depvars	fitted	Variance predicted	residual	R-squared	mc	mc2
observed						
ACC1	.2491226	.1220038	.1271188	.4897338	.6998099	.4897338
ACC2	.2466732	.0964288	.1502444	.3909173	.6252338	.3909173
A017	3.047421	1.966754	1.080667	.6453831	.8033574	.6453831
A013	2.969742	1.856864	1.112877	.6252612	.7907346	.6252612
A06	2.868929	1.420874	1.448055	.4952628	.7037491	.4952628
E4	4.311452	4.100765	.2106871	.9511331	.9752605	.9511331
E3	4.194222	3.92329	.2709321	.9354035	.9671626	.9354035
E1	4.109588	3.712362	.3972264	.9033416	.9504428	.9033416
R1	2.491654	.9931331	1.498521	.3985838	.6313349	.3985838
R4	2.434029	.681466	1.752563	.2799744	.5291261	.2799744
R8	1.899144	.9207768	.9783671	.4848378	.696303	.4848378
R10	2.483372	1.619404	.8639673	.6520991	.8075265	.6520991
R12	1.834651	.7896803	1.04497	.4304254	.6560682	.4304254
PPS11	1.993839	.5291255	1.464713	.2653803	.5151508	.2653803
PPS18	1.269109	.8044368	.4646725	.6338594	.7961529	.6338594
PPS25	1.246837	.9509016	.2959356	.762651	.8732989	.762651
PPS4	2.304891	.6584351	1.646456	.2856686	.5344798	.2856686
A07	2.440423	.782492	1.657932	.3206378	.5662489	.3206378
A014	1.640538	1.191922	.448616	.7265433	.8523751	.7265433
A020	3.358411	.9466756	2.411735	.281882	.5309256	.281882
C4	2.235601	1.739605	.4959954	.7781378	.8821212	.7781378
C7	2.31979	1.217879	1.101911	.5249955	.7245657	.5249955
A010	3.239391	2.070182	1.169209	.6390651	.7994155	.6390651
A015	2.995698	2.581625	.4140722	.8617777	.9283198	.8617777
A018	3.155955	2.509153	.6468019	.7950535	.8916577	.7950535
A03	3.161776	1.405589	1.756187	.4445567	.6667509	.4445567
A08	2.747445	.7572763	1.990168	.2756293	.5250041	.2756293
A011	2.900012	.7763044	2.123708	.26769	.5173877	.26769
D2	1.445975	.7451697	.7008054	.5153406	.7178723	.5153406
D4	1.207899	.5536342	.6542646	.4583449	.6770117	.4583449
D6	1.320825	.525954	.7948712	.398201	.6310317	.398201
D3	1.86066	1.338167	.5224931	.7191894	.8480503	.7191894
latent						
ACCIONEMP	.1220038	.0347989	.0872048	.2852282	.5340676	.2852282
DECISION	1.966754	1.558558	.4081955	.7924522	.8901978	.7924522
INTENCEMP	4.100765	2.97755	1.123215	.7260962	.8521128	.7260962
CONTROLCOND	.782492	.7595979	.0228941	.9707421	.9852624	.9707421
VALORCERC	1.739605	.2877109	1.451895	.1653886	.40668	.1653886
NORMSUB	1.405589	.4882426	.9173461	.3473581	.5893709	.3473581
ATRACCPER	2.070182	1.501879	.5683025	.7254818	.8517522	.7254818
overall				.9892979		

mc = correlation between depvar and its prediction
mc2 = mc^2 is the Bentler-Raykov squared multiple correlation coefficient

Figura 12: Análisis de invarianza del modelo 2 (Autor)

El análisis de invariancia determina que el R2 total del modelo es 0.989 (STATA) según el método de Bentler-Raykov para medir los coeficientes R2 parciales del modelo. Pudiendo concluir que es elevado y satisfactorio.

Control conductual y luego decisión son las variables que más aportan a la varianza explicada total del modelo.

4.6 Análisis en SEM, solo para el constructo del modelo de TPB agregando la escala de orientación al riesgo ROQ modificada y validado en el presente trabajo tomando el primer factor de (Rohrmann B, 2002)

Se puede observar que el coeficiente de impacto de la orientación al riesgo aparece con un grado de significancia de 0.070 por encima del valor máximo aceptable de 0.05.

Este resultados nos explica, el motivo por el que la combinación entre la propensión al riesgo de Olmos & Castillo (2011) conjuntamente con el ROQ de (Rohrmann B, 2002) tienen un menor impacto sobre la intención emprendedora, en comparación con el constructo

modificado y validado solo para Olmos & Castillo (2011) que es el que más impacta sobre la intención emprendedora y por ende sobre la decisión y la acción .

(9) [D2]HABILIDADES = 1

	Coef.	OIM Std. Err.	z	P>|z|	[95% Conf.	Interval]
Structural						
ACCIONEMP <-						
DECISION	.1330057	.025671	5.18	0.000	.0826915	.1833199
DECISION <-						
INTENCEMP	.2953652	.0552327	5.35	0.000	.1871111	.4036193
CONTROLCOND	.8767685	.1654235	5.30	0.000	.5525444	1.200993
INTENCEMP <-						
VALORCERC	.3710168	.1030331	3.60	0.000	.1690755	.5729581
ATRACCPER	.6012744	.0939389	6.40	0.000	.4171576	.7853912
PROPENSRIESGO	.1879165	.1038007	1.81	0.070	-.0155291	.3913621
HABILIDADES	.8508674	.1570193	5.42	0.000	.5431153	1.158619
CONTROLCOND <-						
NORMSUB	.6866651	.1046761	6.56	0.000	.4815037	.8918265
HABILIDADES	.1991523	.0827154	2.41	0.016	.037033	.3612716
VALORCERC <-						
HABILIDADES	.6206009	.1313465	4.72	0.000	.3631666	.8780353
NORMSUB <-						
VALORCERC	.5292221	.0935585	5.66	0.000	.3458507	.7125934
ATRACCPER <-						
NORMSUB	.8319339	.1124146	7.40	0.000	.6116054	1.052263
HABILIDADES	.613554	.1295951	4.73	0.000	.3595524	.8675557

Figura 14: Coeficientes estructurales significancia del modelo con (Rohrmann B, 2002)

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

Los hallazgos más significativos son los siguientes:

1. La propensión al riesgo del constructo reducido y validado de Olmos & Castillo (2011) tiene el mayor impacto positivo de 0.52, que el constructo combinando los items de Olmos & Castillo (2011) con los de Rohrmann B (2002) con un impacto positivo de 0.23 por lo que se validan las Hipótesis 1 y 3.
2. El constructo validado de Rohrmann B (2002) incorporado solo en el modelo TPB, tiene un impacto positivo no significativo sobre la intención emprendedora, por lo que se rechaza la Hipótesis 2.
3. La combinación de los constructos de propensión al riesgo con orientación al riesgo resultó en uno nuevo con mayor fiabilidad que los anteriores, por lo que ha quedado validado. Dicha nueva comunalidad tiene un impacto positivo y se incorpora al modelo TPB en el Modelo 2 y se valida la hipótesis 4.
4. El modelo 1 que incorpora la propensión al riesgo derivada de Olmos & Castillo (2011) es menos complejo y preferible, considerando que tiene un menor coeficiente para el criterio de AKAIKE según mencionan Martínez D et al (2009) teniendo similares coeficientes de bondad de ajuste. El modelo TPB con la propensión al riesgo de Olmos & Castillo (2011) tiene un AIC como indicador de complejidad de 15871 mientras que el modelo 2 con el nuevo constructo combinado tiene un AIC de 19018, por lo que el impacto sobre la intención emprendedora del primer modelo es mayor y en consecuencia, dado la menor complejidad y un mayor impacto, se decide por el primer modelo.
5. Para futuras investigaciones se recomienda agregar más variables al modelo que acompañen a la propensión al riesgo en su conexión con el modelo de TPB para la acción emprendedora. El incremento del grado de complejidad sería un potencial problema a solucionarse.

BIBLIOGRAFÍA

Bhasin, B. B. (2007). “Fostering entrepreneurship: developing a risk-taking culture in Singapore”, New England Journal of Entrepreneurship, vol. 10 (2), 39-50.

Bird B. (1989). Comportamiento empresarial. Glenview, IL: Scott Foresman & Company.

Brockhaus Sr, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. Academy of management Journal, 23(3), 509-520.

Cantillon, R. (1755). Essay on the nature of commerce, traduzido por H. Higgs, 1931.

Espíritu Olmos, R., & Sastre Castillo, M. Á. (2009). Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España.

Forlani, D., & Mullins, J. W. (2000). Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions. Journal of Business Venturing, 15(4), 305-322.

García, J. C. S., Carrizo, A. L., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. Revista de psicología social aplicada, 15(1), 37-60.

Guillén, C. J. C., García, J. G., & Segura, A. B. G. (2004). Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios. The entrepreneur and starting up new R&D. Capítulo, 9.

Krueger Jr, N., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. Decision Sciences, 25(3), 385-400.

Maluk, O. (2018b). Variables y factores que explican desde la intención hasta la acción de emprender de los graduados universitarios. https://blogs.salleurl.edu/es/tesis-doctoral-del-sr-omar-aldo-maluk-salem

MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A. (2019b). Validación de las escalas que explican los rasgos de personalidad de los graduados de economía y negocios. Revista ESPACIOS Volumen 40 número 23. https://www.revistaespacios.com/a19v40n23/19402310.html

Martınez, D. R., Albın, J., Cabaleiro, J., Pena, T., Rivera, F., & Blanco, V. (2009). El Criterio de Informació n de Akaike en la Obtenció n de Modelos Estadısticos de Rendimiento. In Conference: XX Jornadas de Paralelismo.

Mitchell, R.K., Smith, B., Morse, E A., Seawright, K.W., Peredo, A.M. & McKenzie, B.(2002). Are entrepreneurial cognitions universal? Assessing entrepreneurial cognitionsacross cultures. Entrepreneurship Theory and Practice, 26, 9–32.

Palich, L. and Bagby, D. (1995), “Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom”, Journal of Business Venturing, Vol. 10 No. 6,

Roth E y Lacoa D, (20º9). “Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción” Departamento de Psicología. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

Rohrmann, B. (2002). Escalas de actitud ante el riesgo: conceptos y cuestionarios Melbourne: Universidad de Melbourne, 12.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000) The Promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25(1), 217-227.

Simon M., Houghton S. M. & Aquino K. (2000). “Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies”.Journal of business venturing, 15(2), 113.

LÍNEA TEMÁTICA:

EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL

ISBN: 978-9942-960-44-3

001. COMERCIO ELECTRÓNICO: CONCEPTOS Y SITUACIÓN EN EL ECUADOR

E-Commerce: Concepts and Current situation in Ecuador

Autores:

Mónica Elízabeth Armijos Santos[1]
Nadia Mayra Angulo Bennett[2]

RESUMEN

El siguiente artículo presenta de manera resumida lo que comprende el comercio electrónico y las formas que existen de cómo comercializar como el pago mediante tarjetas de crédito virtuales y transferencias bancarias por medio de internet, así como el impacto que este tipo de comercialización ha tenido en el Ecuador y los factores que en el territorio ecuatoriano influyen para mejorar su difusión como lo es la falta de seguridad en los sistemas informáticos para realizar pagos por internet.

Palabras clave
ecommerce, comercio electrónico, dispositivos, criptomoneda.

Abstract
The following article presents in a summarized way what e-commerce represents and the existing ~~forms~~ types of ~~how to market~~ doing business; such as payment through virtual credit cards and bank transfers through the Internet, as well as the impact that this type of marketing has had on the Ecuador and the factors that influence the Ecuadorian territory to improve its diffusion, such as the lack of security in ~~computer systems~~ internet platforms to make online payments.

key words
ecommerce, electronic commerce, devices, cryptocurrency.

[1] Docente de la Universidad Ecotec de Samborondón. Magíster en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. Email: moarmijos@ecotec.edu.ec

[2] Docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Magíster en Gerencia de Marketing de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Email: nangulob@ulvr.edu.ec

1. INTRODUCCIÓN

El término e-commerce o comercio electrónico abarca un amplio rango de definiciones formalizadas desde grandes consorcios como IBM y General Electric, hasta organizaciones internacionales como el Comité de Comercio y Desarrollo (CCD) de la Organización Mundial del Comercio, y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, por sus siglas en inglés).

Uno de los primeros en acuñar el término fue el consorcio IBM, quien define el comercio electrónico como el acto de vender productos y servicios en Internet y un elemento fundamental del e-business o negocios en línea (IBM, 2001). Otros autores como Gariboldi (1999) asocian el término a toda transacción comercial realizada tanto por personas, empresas o agentes electrónicos a través de los medios digitales de comunicación; mientras que otras conceptualizaciones lo definen desde perspectivas etimológicas (Sproule & Archer, 2000), jerárquicas (Vladimir, 1996) o relacionadas con la gestión estratégica (Wigand, 1997).

Ante esta diversidad de definiciones el presente documento asume la conceptualización propuesta por la Organización para la Cooperación y el desarrollo Económicos (OECD), una de las más citadas, en la que el comercio electrónico se refiere al "*proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación"*.

DESARROLLO

Metodología

La investigación es documental, exploratoria y descriptiva; porque para su desarrollo se utilizó fuentes secundarias como: libros, guías bibliográficas y artículos científicos, con la finalidad de analizar al comercio electrónico en el Ecuador y las definiciones que cobran realmente vida en este contexto.
Adicionalmente, la investigación es explicativa porque se intenta explicar el proceso de hacer comercio a través de los canales usuales y cómo éste puede diferenciarse del comercio tradicional.

Resultados

1. Comercio electrónico vs Comercio tradicional

El actual uso masivo de internet, las redes sociales y otros medios de comunicación digital hacen posible plantear la existencia de negocios, sean o no estos pequeñas o medianas empresas, enmarcados dentro de una continuidad de su modelo de negocio (ver Figura 1).

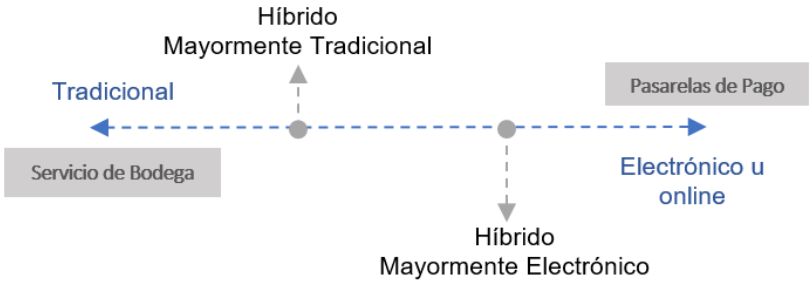


Figura 1. Continuidad Modelo de Negocio Tradicional - Electrónico

Ciertamente una empresa puede ubicarse en cualquier punto de la continuidad Tradicional-Electrónico y categorizarse como tradicional, electrónica, híbrida mayormente tradicional o híbrida mayormente electrónica en función de su volumen de ventas de bienes, servicios o intercambio de información. Una empresa regida por un modelo puramente tradicional, responderá sin dudas a una cadena de suministros con un gran número de intermediarios y relaciones bilaterales para llegar al consumidor, mientras que un negocio online tenderá a prescindir de cualquier forma de intermediación. Sin profundizar en las particularidades que definen un modelo tradicional de comercio y lo puramente electrónico u online, existen aspectos que marcan una clara distinción entre estas categorías y que determinan las posibilidades reales de cada modelo.

En un análisis sobre los efectos y potencial del comercio electrónico, Gariboldi (1999) hace referencia a tres aspectos fundamentales del crecimiento de este modelo de negocio. Según el autor, el comercio electrónico establece nuevas reglas en relación a la noción del tiempo y espacio para las operaciones comerciales; el mercado de estas; y sus implicaciones en la productividad y costos de la empresa.

Noción del tiempo y espacio

La utilización de las redes en las operaciones comerciales ha permitido que los clientes participen en transacciones independientemente del tiempo y ubicación geográfica, rompiendo con limitaciones relacionadas con tiempos y horarios de venta, así como la disponibilidad física de un local para las ventas. A diferencia del comercio tradicional, un negocio online amplía las posibilidades de trascender las fronteras y estar disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Hoy, una ruptura de las barreas de espacio y tiempo implican para el consumidor un mayor acceso al mercado de proveedores de bienes o servicios, mientras que para el proveedor un incremento del alcance de sus operaciones comerciales.

Mercado

Según Gariboldi la apertura de los mercados como consecuencia del comercio electrónico ha propiciado un cambio en la forma en que se realizan las operaciones comerciales, y la existencia de un mayor grado de competitividad entre las empresas. Con el avance de las tecnologías de comunicación, la aparición de servicios de computación en la nube, la proliferación del uso de los dispositivos móviles y las redes sociales, el comercio electrónico ha permitido el surgimiento de nuevos competidores en un mercado cada vez más global, innovador y accesible a las pequeñas y medianas empresas.

Una mayor competitividad a escala global, el creciente interés de los inversores por nuevas empresas o startups, así como la disminución de los costos para crear infraestructuras de valor, refuerzan la idea que el mercado actual exige mayores niveles de satisfacción de los clientes y altos niveles de calidad en los bienes o servicios ofertados por las empresas. Cualquier cliente, desde un computador o dispositivo móvil puede optar hoy por productos o servicios que compiten entre sí, buscar por alternativas similares y emitir su opinión en internet en cuestión de minutos. En un contexto como este, cualquier empresa o modelo de negocio

puede ser potencialmente escalable su opta por potenciar modelos más electrónicos de sus operaciones comerciales.

Costos y productividad

La existencia de un mercado más electrónico y virtual ha permitido la reducción significativa de los costos operacionales y ha ampliado las posibilidades de tercerizar parte de la actividad de las empresas incrementado sus niveles de productividad. Conceptos como crowdfunding o financiación colectiva, “outsourcing” y economía colaborativa hoy encuentra su espacio dentro de muchas empresas que apuestan por un modelo virtual de negocio. Ciertamente la eliminación de costos por concepto de compra o alquiler de espacios físicos, inventario o personal directamente contratado permiten a las empresas virtuales operar con un mercado incomparablemente mayor que lo pudieran gestionar si funcionaran con un modelo de negocio tradicional.

2. Tipos de Comercio Electrónico

La literatura en relación al comercio electrónico recoge múltiples criterios para clasificar el tipo o modelo de negocio de las transacciones electrónicas. Tres de las más usuales permiten clasificar el comercio electrónico según la participación de los agentes que intervienen en la transacción; el medio utilizado; o atendiendo al entorno tecnológico (Nieto, 1998).

En función de los agentes que participan en el comercio electrónico, una de las clasificaciones más conocidas es la clasificación de Turban y Lee (2009). Según estos autores el comercio electrónico se agrupa en seis categorías: Negocio-a-Negocio (B2B), Negocio-a-Consumidor (B2C), Consumidor-a-Consumidor (C2C), Consumidor-a-Negocio (C2B), e-Commerce de No-Negocios y e-Commerce Intranegocios. A estas categorías, la clasificación de Chan y Swatman (1999) agrega los modelos Gobierno-a-Negocio (G2B) y Gobierno-a-Consumidor (G2C) para incluir las transacciones realizadas por negocios y consumidores con sus gobiernos, mientras que otras conceptualizaciones más recientes también incluyen nuevos tipos de relaciones como Negocio-a-Empleado (B2E), Empleado-a-Negocio (E2B) y Empleado-a-Empleado (E2E).

Según Kaba (2008) en el comercio electrónico intervienen gobiernos, empresas y consumidores. De la combinación de estos participantes este autor coincide en nueve tipos o categorías diferentes de comercio electrónico referidas en la siguiente tabla como G2C, G2B, G2C, B2G, B2B, B2C, C2G, E2B y C2C.

	Gobierno	Empresas	Personas
Gobierno	**G2G** Coordinación y transferencia de información	**G2B** Información y servicios	**G2C** Información y servicios
Empresas	**B2G** Trámites, impuestos e información	**B2B** Comercio electrónico	**B2C** Comercio electrónico
Personas	**C2G** Impuestos y trámites	**E2B** Laborales	**C2C** Compras/Ventas

Tabla 1. Categorías del comercio electrónico (Kaba, 2008)

El comercio B2B hace mención a la realización de transacciones electrónicas entre empresas e involucra mucho más que la simple venta en Internet. En este tipo de comercio electrónico no intervienen los consumidores, aunque existen una serie de intermediarios, como las plataformas de pago, que se benefician de esta relación. El B2C, por otra parte, se enfoca principalmente en la venta de bienes, servicios e información entre las empresas y sus consumidores. Caracterizan esta relación altos grados de atención al cliente de forma personalizada, siendo Amazon es uno de los mejores ejemplos de plataformas B2C, pero también de B2B. Algo un poco diferente ocurre cuando la relación comercial es de consumidor a consumidor (C2C). Empresas como eBay y OfferUp implementan plataformas de marketplace que permiten la realización del comercio C2C por medio de procesos de compraventa entre consumidores. Ciertamente, este tipo de comercio electrónico se caracteriza por la venta en formato de Subastas o clasificados.

Los tipos de comercio electrónico G2C, G2B y G2G se basan principalmente en el intercambio de información y servicios de las instituciones del sector público con los ciudadanos, empresas y otras instituciones públicas. También referidas bajo el concepto de Gobierno Electrónico, este tipo de comercio electrónico busca como finalidad el ahorro de tiempo y dinero, evitar la duplicidad de los procedimientos y agilizar los trámites entre los distintos actores que intervienen en la relación.

Enmarcados dentro del concepto de gobierno electrónico, también se encuentran las interacciones B2G y C2G. En este contexto, las instituciones públicas de los gobiernos son percibidas como clientes de empresas y consumidores destacándose transacciones de contratación y ventas. Según las categorías definidas por Kaba (2008), este tipo de comercio electrónico facilita aspectos como la gestión de trámites, el pago de impuestos y la comunicación entre empresas y consumidores con las instituciones públicas.

Finalmente, E2B es el tipo de relación que establecen las empresas con sus empleados y que le permiten a estos últimos ofrecer servicios a sus empleadores más allá de su relación laboral. Muy unido a este tipo de relación de comercio electrónico la literatura hace referencia a las relaciones Empleado a Empleado (E2E), así como Negocio a Empelado (B2E) más orientada al comercio interno dentro de las empresas y sus empleados.

3. Comercio electrónico y formas de Pago

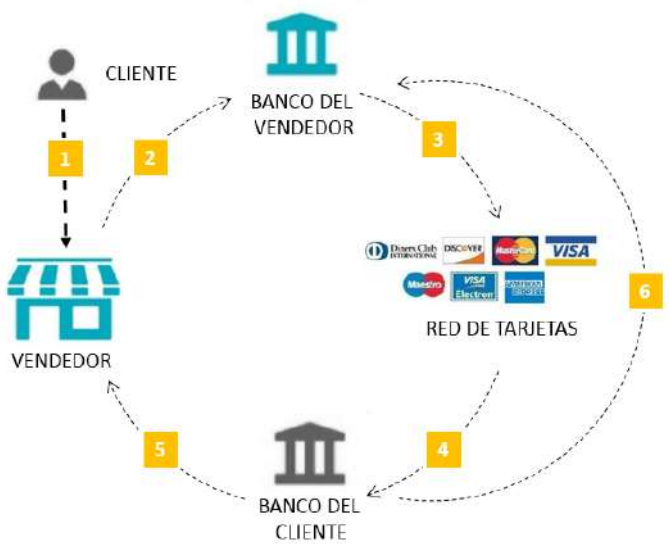
Uno de los elementos distintos del comercio electrónico refiere a la utilización de instrumentos electrónicos para el procesamiento de pagos por Internet. Hablar de pago electrónico es hacer referencia a la realización de pagos mediante medios electrónicos o tan sólo que se ha utilizado un instrumento de pago capaz de cumplir su función socioeconómica gestionando la información en soporte digital y canalizando esta mediante dispositivos electrónicos (Sanca, 2013).

En la actualidad, consumidores, empresas y gobiernos pueden adquirir productos bienes y servicios utilizando instrumentos de pagos electrónicos como las tarjetas crédito o de débito, las monedas electrónicas y las pasarelas de pago online el estilo de PayPal y Stripe. El crecimiento sostenido de Internet y el uso, cada día más frecuente, de los dispositivos móviles han propiciado el desarrollo y masificación no solo de estos medios de pago, sino también han empujado al mercado hacia la utilización de otras alternativas como los pagos online mediante móviles, las bancas online y los pagos contra reembolso o entrega.

Pago mediante tarjetas (TPV Virtual)

Conocido como TPV (Terminales de Punto de Venta) Virtual, este sistema de pago permite la compra o intercambio de bienes y servicios mediante tarjetas de crédito o de débito. Reconocido como una de los métodos de pago electrónico más seguro, no deja de estar exento a estafas y fraudes electrónicos derivados de la utilización de tarjetas falsificadas o adquiridas de forma ilícita.

En la compra por Internet mediante tarjetas existen varias partes involucradas implicando no solo al titular de la tarjeta y al vendedor, sino también los bancos del adquirente (vendedor) y emisor del pago, así como la red de tarjetas. La siguiente figura muestra este proceso.



Fuente: Pago mediante tarjetas de crédito o de débito (Sanca, 2013)

En el proceso de compra mediante TPV Virtual: (1) el cliente paga con su tarjeta en el establecimiento; (2) el terminal del establecimiento captura los datos de la tarjeta del cliente y los envía de forma segura a su banco; (3) el banco del vendedor solicita la autorización del pago a la red de tarjetas; (4) la red de tarjetas envía la transacción al banco del cliente para

obtener la correspondiente autorización; (5) el banco del cliente autoriza la transacción y envía respuesta al establecimiento; e (6) inicia proceso para depositar el pago en la cuenta del establecimiento comercial.

Pago mediante pasarelas

Una pasarela de pago es un servicio de intermediación financiera que permite el procesamiento de pagos online mediante tarjetas de crédito o de débito de forma segura. Este tipo de servicios establecen su modelo de negocio en el cobro de comisiones por las transacciones realizadas, cumpliendo con los estándares de seguridad del sector de las tarjetas de pago (PCI por sus siglas en Ingles).

La normativa PCI (v3.2, última versión) define los requerimientos mínimos de seguridad de los datos que debe cumplir toda organización que maneje o procese información de tarjetas de pago. El integrar el portal de pago de un negocio con los botones de pago de pasarela conocidas y establecidas no solo facilita la tarea de aceptar pagos con las principales tarjetas, sino que contribuye al cumplimiento de los estándares de seguridad para el sector.

Fuente: Pago mediante pasarelas (Sanca, 2013)

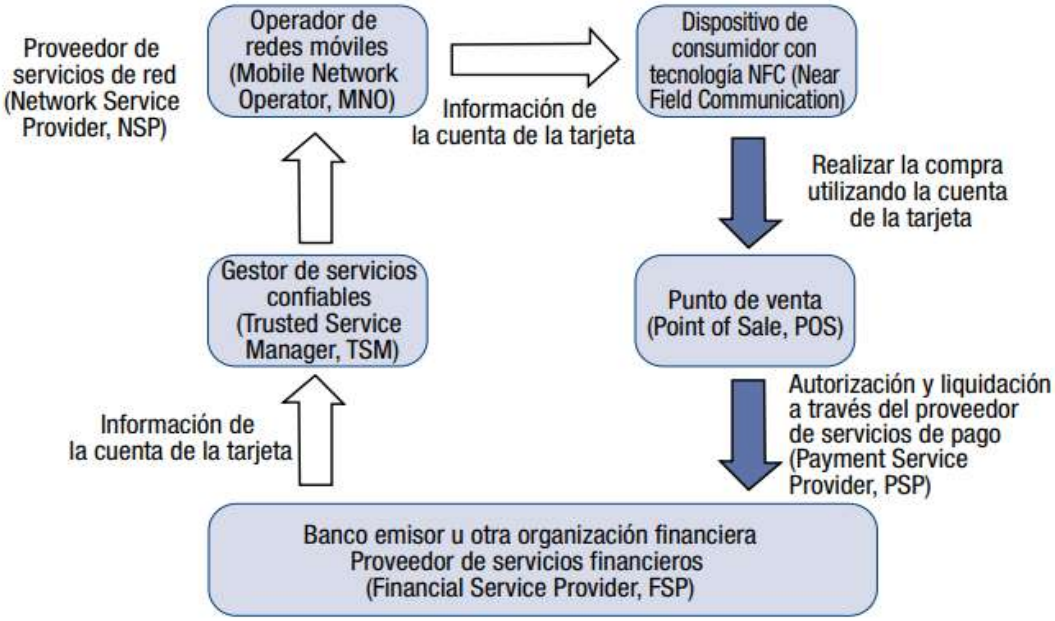
En el proceso de compra por medio de pasarelas de pago: (1) el cliente ordena un producto o servicio en la tienda online del establecimiento; (2) de forma segura la tienda redirige al cliente a la pasarela de pago online; (3) la pasarela captura o utiliza los datos de la tarjeta y solicita la autorización del pago a la red de tarjetas; (4) la red de tarjetas envía la transacción al banco del cliente para obtener la correspondiente autorización; (5) el banco del cliente autoriza la transacción y envía respuesta a la pasarela de pago; (6) la pasarela renvía la respuesta a la tienda online; (7) la pasarela hace el depósito en la cuenta del establecimiento comercial con el correspondiente comisión por el servicio prestado.

Pago mediante dispositivos móviles

El pago mediante dispositivos móviles es una respuesta, en el ámbito de las transacciones financieras, del crecimiento y adopción global de los teléfonos celulares y demás dispositivos móviles. Definido como el pago de productos o servicios para el que cumple una función clave

el uso de un dispositivo móvil (por ejemplo, el teléfono móvil), los pagos mediante dispositivos móviles se aplican fundamentalmente a la compra directa de bienes o servicios a través de una cuenta o punto de venta (Point of Sale, POS)(ISACA, 2011).

Atendiendo a la tecnología que se utilice, el pago mediante dispositivos móviles puede clasificarse en dos categorías: por proximidad o remoto. El pago por proximidad hace referencia al pago “sin contacto” mediante un lector con tecnología de corto alcance (NFC). En esta modalidad el consumidor utiliza el teléfono para efectuar el pago actuando como una tarjeta de pago.



Fuente: Proceso de compra con pago móvil por proximidad (ISACA, 2011)

El pago remoto, por otra parte, cubre los pagos donde el consumidor utiliza el navegador de su móvil o utiliza una aplicación. Habitualmente este tipo de pago móvil ha estado dirigido a la cancelación de pequeños importes mediante el envío de mensajes SMS, aunque es posible utilizarlo en transacciones de alto importe.

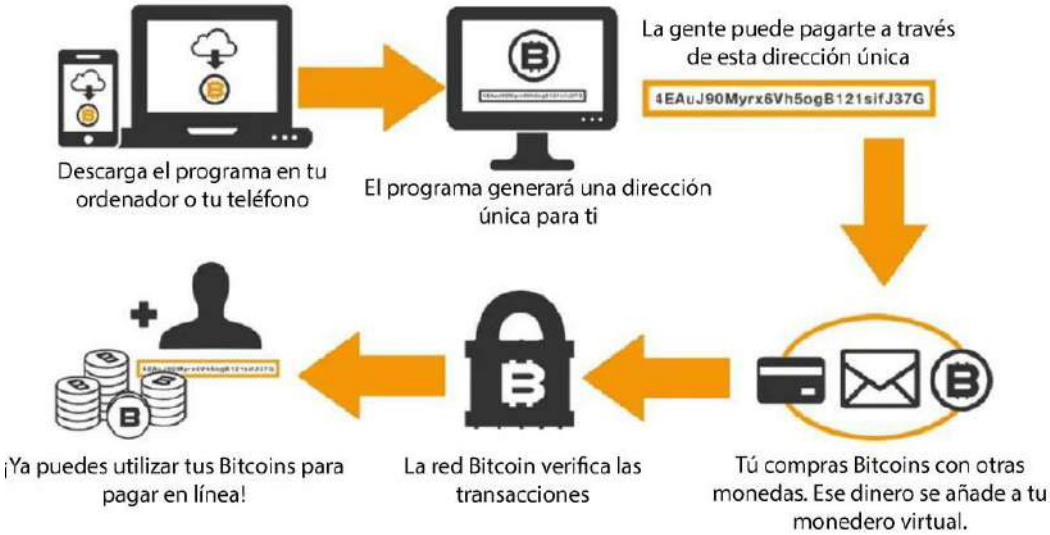
Pago con Moneda virtual

Una moneda virtual es un tipo de dinero electrónico no regulado, el cual es emitido y controlado por quienes lo crean y habitualmente usado y aceptado como unidad de pago para el intercambio de bienes y servicios dentro de una comunidad virtual específica (Europe Central Bank, 2012). Como dinero electrónico, la moneda virtual puede existir siguiendo 3 esquemas virtuales de moneda: esquema cerrado, esquema de flujo unidireccional y esquema de flujo bidireccional.

En un esquema cerrado, las monedas virtuales no tienen valides fuera de la comunidad virtual y suele ser utilizada en la compra de bienes y servicios ofrecidos dentro de dicha comunidad. Sin embargo, tanto en el esquema unidireccional como bidireccional, la moneda virtual se puede comprar con dinero “real” y en ocasiones permitir la adquisición de bienes y servicios del “mundo real”. Ciertamente en el esquema bidireccional, la moneda virtual funciona como cualquier moneda del mundo “real”, por lo que es posible comprarla y venderla a un tipo de cambio y adquirir productos y servicios tanto virtuales como reales.

Según el Banco Central Europeo, una de las monedas virtuales más exitosas y controversiales en la actualidad es el Bitcoin. Siguiendo un esquema bidireccional de moneda, el Bitcoin opera como una criptomoneda a escala global y puede ser utilizado en cualquier tipo de transacción. En Bitcoin, cada moneda se define como una cadena de firmas electrónicas y cada transacción como una combinación de estas firmas.

Para un usuario promedio, Bitcoin es una moneda similar al dólar americano con la cual puedas comprar bienes, hacer una transferencia o ahorrar dinero en tu monedero Bitcoin. Sin embargo, la gran diferencia con los sistemas monetarios convencionales es que el Bitcoin no está sujeto al control de ningún gobierno o institución financiera por lo que es considerada una moneda totalmente descentralizada que funciona en una gran red global de contabilidad pública compartida (cadena de bloques o "blockchain") (Bitcoin, 2017).



Fuente: Funcionamiento de Red Bitcoin (Gananci, 2017)

Otros medios de pago electrónico

Otros medios de pago utilizados en el comercio electrónico incluyen, aunque no están limitadas a estas, el pago mediante tarjetas prepago, transferencias bancarias y pagos contra reembolso. El pago mediante transferencias bancarias online, responde a una virtualización de los trámites bancarios; mientras que el pago mediante tarjetas de prepago permite la compra de bienes y servicios en internet sin la necesidad de disponer de una cuenta bancaria. Para los más escépticos el pago contra-reembolso permite abonar, generalmente en efectivo o con tarjeta, el costo de la venta directamente a la persona que hace la entrega en el hogar.

4. Comercio electrónico en el Ecuador

Con este antecedente de cómo funciona el comercio electrónico a nivel globalizado, nos centraremos a continuación en el desarrollo de esta metodología comercial en el Ecuador.
Es importante determinar qué es lo que compra el ecuatoriano, qué es aquello que lo atrae. En el 2017, en la 7ma versión del eCommerce Day en Ecuador, se realizó la presentación de del primer estudio de comercio electrónico en el país, el mismo que indicó de manera general lo siguiente:

Los ecuatorianos compran:

- Servicios: categoría de mayor crecimiento, los pasajes son el rubro más comprado.
- Bienes no personales: Dispositivos electrónicos y todo lo referente a la computación. En este sector se centran mayormente los hombres de más de 50 años.
- Bienes no personales: Los hombres compras más ropa y las mujeres más accesorios y cosméticos. La mayor proporción se centra en adultos entre los 26 y 33 años.
- Productos para el hogar: categoría de menos preferencia de compra vía internet.

Algunos de los desafíos del sector y que definitivamente se debe trabajar:

- Aceptación de esta forma de comercializar en el territorio
- Seguridad
- Manejo y protección de datos

Si bien es cierto, el Internet es un aliado a la hora de realizar el comercio, no necesariamente comprar es la prioridad para los ecuatorianos. De acuerdo con este estudio, leer noticias y buscar información sobre productos y servicios, son aspectos principales por los que ingresan a Internet, seguidos de pagos y transacciones bancarias y compras de productos y servicios, respectivamente.
En nuestra sociedad, el contenido formado por consumidores y usuarios, así como la asociación en forma de blogs, wikis, vidas virtuales y redes sociales, aumenta de manera de foro de autopublicación completamente nuevo, atrayendo a millones.
Como se puede apreciar de manera general, el estudio presentado demuestra que el comercio electrónico en Ecuador está aún en desarrollo y que tanto la empresa privada como el Gobierno pueden unir fuerzas para que este mercado prolifere y agilice la economía.

CONCLUSIONES

- El Comercio Electrónico es una forma real y convencional de realizar actividades de comercialización diarias, facilitando y mejorando la calidad de vida de los consumidores.

- Existen formas y canales para desarrollar dicha actividad económica y comercial como son: tarjetas de crédito, plataformas de banca virtual y criptomoneda, respectivamente. En ese orden es también su utilización por parte de los consumidores que tienen acceso a estos canales que en su mayoría optan por utilizar las plataformas virtuales que más tiempo tienen en el mercado como lo son la banca virtual y tarjetas de crédito.

- En el Ecuador según los resultados de estudios recientes, se puede inferir que el comercio electrónico es aún una herramienta que debe ser ampliamente difundida en vista de que los consumidores tienen la percepción que este tipo de servicio no presenta las seguridades o garantías suficientes para realizar pagos en línea o que los productos difieran mucho de lo requerido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bitcoin, D. (2017). *What is bitcoin*.

Chan, C., & Swatman, P. M. C. (1999). B2B E-Commerce Implementation: The Case of BHP STEEL. In *ECIS 1999 Proceedings* (Vol. 10, pp. 70–83). Retrieved from http://19990013.pdf

Durán, M. (2014). El comercio electrónico se concentra en Quito, Guayaquil y Cuenca. El Comercio, consultado en: 20 de junio de 2017. Recuperado de: http://www.elcomercio.com/tendencias/comercio-electronico-ecommerce-emprendimiento-internet.html

Europe Central Bank. (2012). *Virtual Currency Schemes*. *European Central Bank*. https://doi.org/ISBN: 978-92-899-0862-7 (online)

Gananci, A. (2017). ¿Qué son los Bitcoins y para qué sirven? Retrieved from https://gananci.com/que-son-los-bitcoins-y-para-que-sirven/

Gariboldi, G. (1999). Comercio Electrónico : conceptos y reflexiones básicas. *Banco Interamericano de Desarrollo*, *4*, 64.

IBM. (2001). IBM iSeries e-business Handbook: A V5R1 Technology and Product Reference. *Redbooks*. Retrieved from http://www.redbooks.ibm.com/redbooks/pdfs/sg246711.pdf

ISACA. (2011). Pagos mediante dispositivos móviles: cuestiones relacionadas con los riesgos , la seguridad y el aseguramiento.

Kaba, I. (2008). *Elementos básicos de comercio electrónico*. Editorial Universitaria.

Landau, K., Guercio, C. (2009). *E-commerce: Negocios, Tecnologías, Sociedad.* Pearson Prentice Hall.

Nieto, P. (1998). Nociones generales sobre El comercio electrónico, 1–12.

Sanca, F. (2013). *Comercio electrónico y pago mediante tarjeta de crédito en el ordenamiento jurídico español : una propuesta para su implementación en el ordenamiento jurídico de Guinea-Bissau*. Universidad Carlos III de Madrid. Retrieved from http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16963/Fernandinho_Domingos_Sanca_tesis.pdf?sequence=1

Sproule, S., & Archer, N. (2000). A buyer behaviour framework for the development and design of software agents in e-commerce. *INTERNET RESEARCH-ELECTRONIC NETWORKING APPLICATIONS AND POLICY*, *10*(5), 396–405. https://doi.org/10.1108/10662240010349408

Pedro Santiago Jurado Mesías (2018): "Comercio electrónico en Ecuador", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (septiembre 2018). En línea: https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/comercio-electronico ecuador.html //hdl.handle.net/20.500.11763/oel1809comercio-electronico-ecuador

Turban, E., Liang, T.-P., Lee, J., King, D., & Turban, D. (2009). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*.

Vladimir, Z. (1996). Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*, *1*(1), 3–23. https://doi.org/10.1080/10864415.1996.11518273

Wigand, R. T. (1997). Electronic commerce: Definition, theory, and context. *Information Society*, *13*(1), 1–16. https://doi.org/10.1080/019722497129241

002. EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL COMO RESULTADO DE LA CULTURA: CASO EMPRESA DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

Autores:

Mgs. Fabiola Coello Arrata
Universidad Tecnológica Ecotec
fcoello@ecotec.edu.ec

Mónica Llanos Encalada. PhD.
Universidad Tecnológica Ecotec
mllanos@ecotec.edu.ec

INTRODUCCIÓN

El Comportamiento Organizacional (CO), estudia el impacto que tienen los individuos y grupos en las características propias de la organización, lo cual da lugar a la fusión de características de los miembros con los de la organización. Gracias al aporte de otras ciencias como la sociología; la psicología; la comunicación y la gestión, se puede identificar las variables que forman parte del CO. Este influye tanto a lo interno, como a lo externo de la organización y es el resultado de la cultura organizacional (creencias y valores) compartida por los miembros. Si se quiere instituir una cultura que caracterice a la organización, se debe realizar una serie de cambios planificados.

"El término cultura … será aquella referida al conjunto de tradiciones, costumbres, valores, principios, hábitos y actitudes que se adquieren de generación en generación gracias a la convivencia y cotidianidad que permite la interacción con los miembros de un determinado grupo". (Llanos Encalada, 2017) Este conjunto de características da lugar al CO que será lo observable a lo externo de la organización.

El CO ayuda en el ámbito social y cultural ya que los líderes o los dueños de las empresas deben motivar y dar apoyo a sus empleados para que cumplan con sus responsabilidades en sus áreas específicas. El CO está conformado por una serie de variables que influyen en el desempeño y relaciones laborales. Los beneficios que tendrían los gerentes al considerar el CO, son muchas, entre ellas: explicar los comportamientos de sus miembros; predecir futuros conflictos; tomar decisiones acertadas.

DESARROLLO

El CO, es un campo de estudio que investiga el efecto que tienen los individuos, los grupos y la estructura de la organización sobre el comportamiento de sus miembros y en su conjunto, con el propósito de aplicar dicho conocimiento para mejorar la efectividad de las organizaciones. Aunque aún existe mucho debate sobre la importancia relativa de cada una, se coinciden en que el CO incluye temas fundamentales de motivación, comportamiento y poder del líder, comunicación interpersonal, estructura y procesos grupales, aprendizaje, desarrollo y percepción de actitudes, procesos de cambio, conflicto, diseño del trabajo y estrés laboral. (Stephen P. Robbins, 2013)

Factores externos a la organización que influyen en el comportamiento de sus miembros.

El comportamiento de los empleados en su conjunto CO al interior de una institución, es el resultado de factores que influyen en las formas en que los empleados responden a su trabajo, liderazgo y clientes. Identificar dichos factores externos que afectan su comportamiento puede ayudar a la organización a comprender porque los empleados están comprometidos y motivados. Los factores externos, la vida familiar y otras relaciones comerciales (Velásquez, 2006).

- El entorno empresarial externo puede desempeñar un papel importante en la estructura organizacional de una empresa. Entornos dinámicos con los deseos del consumidor cambian constantemente. El CO, es a menudo más turbulento que en entornos estables.
- La motivación es un aspecto que nunca debe faltar. Supone un cambio cualitativo a la hora de llevar a cabo un trabajo, pero también es una forma de mantener un ambiente agradable y proactivo. La empresa necesita personas para que funcione de forma normal, pero si lo que desea es que funcione de forma excelente esas personas necesitan estar motivadas. Cuando el empleado entra en una fase de desmotivación, empieza a perder el entusiasmo y la ilusión con la que empezó el primer día. Su rendimiento empieza a verse reducido y la calidad del trabajo que realiza queda afectada y por tanto empiezan a cometerse ineficiencias por la falta de atención hacia las tareas a realizar.
- La vida familiar de los empleados tiene un impacto directo en su comportamiento. Si hay un conflicto en la vida familiar, puede afectar la conducta del empleado en el trabajo.
- Las relaciones interpersonales en la organización tienen un papel muy importante para la misma, ya que fortalecen la comunicación y en esta empresa las relaciones interpersonales entre los miembros y el jefe es muy buena.
- Otras relaciones de negocios impactan en el comportamiento de los empleados. Por ejemplo, si una empresa tiene una asociación con otra y otro negocio tiene altas expectativas, los empleados pueden responder en su rendimiento debido a tales expectativas. (Ruiz, 2001)

La percepción e importancia del liderazgo

Liderazgo es un concepto con múltiples connotaciones, muchas veces dependiendo del enfoque científico o teórico “las definiciones de liderazgo reflejan mayoritariamente las hipótesis de que el fenómeno supone un proceso en el que una persona ejerce su influencia

sobre otras para dirigir, estructurar y facilitar las actividades y relaciones dentro de un grupo u organización". En la actualidad, se espera que los líderes deban ser flexibles. Deben tener la capacidad de ajustar y adaptar las cosas que están sucediendo alrededor de ellos. (Velez, 1999)

El acontecimiento más importante para la humanidad se ha materializado mediante el accionar de grupos, dentro de las cuales siempre ha habido referentes, figuras que se destacaron en los momentos más complicados del proceso, sobreponiéndose a las dificultades surgidas.

Las funciones del líder pueden estar determinadas de antemano, a veces solo surgen y se aprecian con el curso de los acontecimientos. En todos los casos, el líder cumple la función de decidir y llevar a cabo sus decisiones, y, además, de hacerse cargo de las responsabilidades que acarrean. "El liderazgo se constituye en una de las variables organizacionales de mayor influencia en las empresas, debido a las dimensiones que puede tener en la movilización de los recursos para la consecución de los objetivos que se han establecido en los planes. El liderazgo funciona como una herramienta para impulsar las actividades y los procesos, y dirigir de manera oportuna la organización". (Viloria, Pedraza, Cuesta, & Pérez, 2016)

Personalidad, Manejo y Control de Emociones.

Existe una construcción de valores morales y éticos dados en el ser humano desde sus primeros años de formación. Como fin de todo esto es la construcción estructural de la personalidad; la esencia y características de comportamiento y conducta que diferencia a cada ser humano del otro. Bajo esto, existe la manipulación de emociones que, con el tiempo, bajo control latente de experiencias vividas, una persona es capaz de poder controlar para un benéfico autónomo de acuerdo a una situación o momento. (Ruiz, 2001)

La Personalidad y el manejo de emociones, no es pre establecido, ni una habilidad por defecto, es algo que se da de acuerdo a las experiencias y el tiempo vivido de una persona en una sociedad determinada. Factores como la cultura, costumbres y tradiciones de acuerdo a la región también son factores determinantes importantes para definir la conducta de una persona y como esta puede manejar sus emociones a favor o en contra.

En cuanto a su origen se plantean numerosos estudios que intentan esclarecer la relación que hay entre genes y conducta para explicar el temperamento, así, por ejemplo, encontramos algunos resultados científicos que avalan la premisa de que el temperamento es heredado o innato, o sea, qua hay factores genéticos que lo determinan, aunque esto no es del todo concluyente. (Iglesias, 2010)

La comunicación y relaciones interpersonales

Las relaciones interpersonales dentro de la organización establecen un acercamiento del entorno con el equipo de trabajo, con el fin de cumplir los objetivos establecidos. "Algunas personas ya cuentan con las habilidades interpersonales que se necesitan para ser miembros eficaces de equipos. Al contratar a individuos para trabajar en equipos, es necesario asegurarse de que los candidatos tengan la capacidad técnica y logren desempeñar bien sus roles". (Robbins & Judge, 2013)

La comunicación en las relaciones interpersonales es de gran importancia puesto que todo el tiempo se está comunicando con el lenguaje verbal, gestual o corporal. La comunicación en los grupos y equipos de trabajo debe ser direccionada e intencionada, teniendo presente que la comunicación es de doble vía, con un permanente intercambio de información que requiere ser verificada permanentemente para saber si estamos comunicado adecuadamente.

> Una de las herramientas que deben fomentarse en los espacios para que se trabaje y se piense en equipo es el feedback. Estamos hablando de una herramienta poderosa capaz de fortalecer las capacidades comunicativas de los líderes y los colaboradores, que hace que se reconozcan comportamientos y conductas que repercuten positivamente en el crecimiento de la persona, del equipo y la empresa. El feedback es absolutamente necesario en las organizaciones. (PDA- International, 2018)

En varias ocasiones se considera que una vez que comunicamos debemos dar por sentado que la información llegó al receptor, sobre todo cuando se trata del líder que da disposiciones. Tal como lo plantea la cita anterior, la retroalimentación o *feedback*, permite asegurar que la comunicación fluye en dos vías y que no se ha permitido que las barreras personales o ambientales distorsionen la comunicación, ya que si eso se diera el comportamiento de verá afectado.

Uno de los factores importantes que influye en el funcionamiento de una empresa es la comunicación interna que se da entre los miembros de un equipo de trabajo. Una organización no puede existir sin comunicación, tomando en cuenta que es uno de los componentes más importantes para llegar a realizar un trabajo en equipo. “La comunicación tiene cuatro funciones primordiales dentro de un grupo u organización: control, motivación, expresión emocional e información”. (Robbins & Judge, 2013)

La cultura organizacional

Es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones. La cultura organizativa puede facilitar la implantación de la estrategia si existe una fuerte coherencia entre ambas o, por el contrario, impedir o retrasar su puesta en práctica. “Los miembros de una organización vienen de un orden social natural (sociedad) y se involucran a un ente social creado (empresa) y la consecuencia es una mezcla de conductas impactadas bidireccionalmente entre lo espontáneo -orden social- y lo creado –organización- “(García, 2007).

Existen varias posturas respecto a Cultura Organizacional, pero en definitiva la cultura de una organización es la personalidad de ella, que no la vemos, pero se va a visibilizar a través del comportamiento de sus miembros y en su conjunto de la organización y va a definir por lo tanto las formas de relación, comunicación y de trabajo.

> La cultura de una organización se desarrolla o rediseña, ya que es importante considerar la cultura y personalidad de cada integrante, ya que esta debe poseer características básicas, compartidas y asumidas por los miembros, pero sin despersonalizarlos y alienarlos. Esto implica, respetar principios culturales de las personas, siempre y cuando estas características, no sean irreconciliables con las de la organización. Se asume seis variables a partir de los aportes planteados en la literatura consultada, dos de las cuales (Visión- Misión y Valores) las integra en filosofía institucional; luego imagen corporativa; liderazgo; comunicación; normas y reglamentos; y, relaciones. Los aspectos relacionados a lo simbólico, las percepciones y creencias, forman parte o están implícitas en las otras variables. Para definir las variables de la cultura delimita dos dimensiones: la manifiesta y la simbólica, de las cuales se desagregan las seis variables. (Llanos Encalada, 2018, pág. 26)

Como se aprecia, la cultura está definida por una serie de lineamientos que deben estar definidos por quienes lideran la organización, lo cual va a repercutir posteriormente el

comportamiento de sus miembros y el CO, que será lo observable e influya directamente en el clima y el desempeño laboral.

Materiales y Métodos

El enfoque del presente estudio es cualitativo haciendo uso de la investigación descriptiva y el método analítico- sintético, ya que busca descomponer el objeto de estudio y caracterizarlo, en este caso particular, las variables estudiadas serán, primordialmente el comportamiento organizacional en relación a la cultura organizacional declarada por la institución caso de estudio. Para ello, se hace uso de las siguientes técnicas: observación y entrevista semi-dirigida, para lo cual se diseñan sus respectivos instrumentos, una ficha de observación que cuenta con 11 ítems de valoración del comportamiento (actitud; comunicación; presentación; uso de recursos; trabajo en equipo; predisposición; interacción; orden), con una escala del 1 al 5 para determinar el nivel de cumplimiento, lo que permite comparar lo observado en las diferentes áreas que conforman la empresa; luego para la entrevista semi estructurada, se diseñó una guía de 8 preguntas abiertas.

Es importante mencionar que la presente investigación es el resultado de un proceso de prácticas pre profesionales de estudiantes de la carrera de Gestión del Talento Humano, lo cual les permite un acercamiento con la realidad futura de su campo ocupacional. La empresa pertenece al sector de la construcción con la venta de maquinaria pesada, cuenta con 161 personas más sus directivos, tiene varios puntos distribuidos en las siguientes ciudades: Guayaquil; Quito; Loja; El Coca. El lugar de estudio se realiza en Guayaquil, mediante la observación de todas las áreas que la conforman: Desarrollo Humano; Auditoría Interna; Sistema de Gestión; Tributación; Tecnología de la Información; Post Ventas; Maquinarias; Abastecimiento; Servicios Técnicos; Contabilidad y Control financiero. La entrevista se realiza a los 8 directivos de la institución.

Resultados de la Investigación

Se observa una buena relación de compañerismo y buena comunicación, llevan un trabajo muy organizado, lo cual provoca la eficacia en su productividad laboral, manejan buenas actitudes hacia sus superiores, trabajan con entusiasmo y cada uno de sus trabajadores reflejando en su lenguaje gestual y corporal emociones adecuadas. (Arreola, Elizundia, Mayogolita, & Torres, 2008)

Tabla 1- Comportamiento de las áreas

Área	**Personas**	**Características observadas**
Desarrollo Humano	6	Movilidad del personal, amables. Realizan actividades en grupo.
Sistema de Gestión	3	No se observa actividades en grupo, poca comunicación e interacción entre los miembros; la jefa no tenía buena actitud, se mostraba seria. Sin embargo, se mantenía correcto orden y secuencia en la realización de tareas y se aprovechaba los recursos de forma adecuada.
Tecnología de la Información	6	Buena comunicación interpersonal, se realizan actividades en grupo, se interactúa de manera positiva unánimemente, se trabaja con entusiasmo; se viste el uniforme de manera adecuada, buena actitud al desempeñar sus funciones; el lenguaje corporal, gestual, emociones eran adecuadas, se tuvo una pequeña interacción en la

		que se explicó cada una de las actividades que realizan en el área y su correcto manejo.
Post venta	25	Se realizan pocas actividades en grupo. Buena interacción entre compañeros, desempeñan más un trabajo individual que grupal. Existe comunicación informal pero fluida entre compañeros y jefes, Mantienen orden cronológico de tareas, aprovechan los recursos, demuestran entusiasmo en su trabajo, buena actitud, la mayoría son jóvenes, dispuestos a viajar en cualquier momento. Una de las herramientas más utilizada es el teléfono por lo que permite el contacto directo con el usuario.
Maquinarias	10	Se observa buen compañerismo y buena comunicación entre todos. El jefe de área tiene su oficina un poco apartada.
Contabilidad	4	Trabajan en silencio sin incomodar a nadie, se comunican si tienen alguna duda o si necesitan que su jefa firme algo.
Control financiero	3	Ayuda a que todo vayan en la línea correcta, que se cumpla sin alteraciones ni errores. Responsables y estrictos, por ser su cargo parte muy importante de la empresa.
Abastecimiento	15	Realizan actividades en grupo con mayor frecuencia, la comunicación es regular, correcto orden cuando realizaban sus tareas. Sin embargo, reflejaban un estado ánimo bajo por lo que tenían que realizar trabajos que requerían de esfuerzo físico, no sostenían tanta comunicación con sus superiores y utilizaban correctamente su uniforme.
Servicio técnico	25	Conocido como “taller”. Encargados de actividades como: mantenimiento de maquinarias, limpieza y revisiones pertinentes. Es obligatorio ingresar con protección (casco, guantes, entre otros) llevan un registro de ingreso diario. El ambiente es colaborativo, trabajan en equipo, existe una excelente relación interpersonal con cada una de las personas del área.

Fuente: Área de la empresa evaluada

A continuación, se expone las opiniones de los jefes de las diferentes áreas entrevistados. En referencia a los factores que influyen en el CO coinciden que el factor económico (algún préstamo o deuda adquirida) influye directamente. Cinco de ellos coinciden que problemas familiares pueden influir en el comportamiento del grupo de trabajo. Y dos indican que pueden ser problemas personales (estrés, problemas de salud).

Todos los entrevistados han coincidió en que tienen una buena relación con su equipo de trabajo, lo cual no se notó en el área de sistema de gestión, consideran que existe respeto de ambas partes. Esto les ha permitido poder dirigir a sus subalternos manteniendo un buen ambiente de trabajo. Para nueve jefes de área su personal si está motivado, pero no lo están al 100% por diferentes factores dependiendo de cada departamento, solo uno de ellos considera que el sueldo es el principal factor que no motiva a su equipo de trabajo, siendo el caso específico de un solo departamento donde han solicita un incremento en su salario y este requerimiento no ha sido atendido.

Todo los entrevistados dicen que sus emociones no han obstaculizado la comunicación con su grupo de trabajo, ellos tratan de aislar sus emociones personales al momento de realizar sus labores, ya que tienen claro su rol de líder en cada área de trabajo que dirigen. Tratan de transmitir a su equipo de trabajo cosas positivas para mantener una comunicación directa y

eficaz. La mayoría consideran que lo mejor `para mantener una buena comunicación es directamente, en persona, 80% por medio de WhatsApp y correos electrónicos, pero siempre hay una comunicación ideal para que pueda surgir una buena comunicación entre el grupo.

Todos han dicho que no ha habido algún conflicto hasta el momento planteado, porque son un grupo de mucho tiempo y conocen la materia y cualquier duda o inconveniente que tengan lo hacen saber, otros comentan que no formarían al centro de cuentos para que no pasen ese tipo de situaciones y si las hay tratarían de hablar con los involucrados hasta llegar a una conclusión. Afirman, además, que su grupo tiene conocimiento de la filosofía institucional misión y visión de la empresa, y ellos hacen que se preparen para mantener una buena imagen ya que están contando con profesionales y equipos de calidad.

Características del Comportamiento organizacional en la empresa de estudio

Las actitudes de la mayoría de los miembros en las áreas designadas de la empresa son positivas, dan a notar que aman su trabajo y les apasiona lo que hacen. El compañerismo es muy notorio, sus actitudes hacia sus jefes y compañeros de áreas son de respeto, se ayudan entre si y eso es bueno para la empresa, ya que en equipo se avanza mucho más. No en todas las áreas hay esas actitudes amistosas hacia su jefe, prefieren mantener su distancia como en contabilidad y sistema de gestión.

El liderazgo tiene buena capacidad de comunicación para expresar claramente sus ideas e instrucciones, lograr que su gente escuche y entienda. Tienen Capacidad de establecer metas y objetivos, las cuales son congruentes con las capacidades del equipo. Un líder conoce sus fortalezas y las aprovecha al máximo. Por supuesto también sabe cuáles son sus debilidades y busca subsanarlas. Las relaciones interpersonales entre los miembros y el jefe son muy buenas, de lo que se pudo observar el jefe se comunica con cada uno de sus empleados y esto hace que se fortalezca su entrega con el trabajo.

Existe el planteamiento de valores que incitan al personal a aprender el correcto manejo de conflictos y la solución de estos como parte de su crecimiento laboral. Los jefes han mencionado durante las entrevistas que hasta el momento no han tenido ningún tipo de conflicto mayor, dado que cada vez que se presenta una duda o un inconveniente en el grupo de trabajo, ellos lo hacen saber de inmediato a sus superiores. Finalmente, la empresa ha demostrado una conexión interpersonal efectiva entre empleados y empleadores, lo cual estabiliza las emociones y se amoldan a las tareas laborales.

En cuanto a la cultura organizacional, la misión es ser una empresa sólida y sostenible, dando las mejores oportunidades, no tan solo para sus clientes sino también para sus empleados, recompensándolos por su buen desarrollo laboral, tiempo para poder estudiar y descansar. Su visión es poder incrementar más empresas internacionalmente. Que tenga reconocimiento, no solo por buenos productos, sino la atención al cliente y que sus trabajadores sigan aun formándose para mejores profesionales y sacar adelante a la empresa, porque eso no tan solo es el deber del jefe sino de sus trabajadores ya que trabajando en equipo es mucho mejor. Uno de los valores más notorios es el compromiso con la empresa y con sus clientes, la responsabilidad de dar todo de sí en su trabajo y no conformarse, además, el respeto hacia sus líderes. En si es una empresa donde se puede ver el compromiso, respeto, responsabilidad y compañerismo.

CONCLUSIONES

- La cultura organizacional y el comportamiento constituyen variables de gran importancia para el desempeño de los colaboradores. La primera es la base que proporciona los pilares o directrices sobre la cual se construye el comportamiento organizacional.
- El comportamiento organizacional es la suma de conductas de los miembros que conforman la institución y existen varios factores que influyen en el mismo, tanto factores externos como internos, sin embargo, gran parte de ello se debe a las características del liderazgo.
- Se evidencia que un 85% de la organización mantiene buena comunicación y convivencia en cada una de las áreas, las relaciones interpersonales son eficientes y eficaces tanto internas como externas.
- La empresa da oportunidades para que los colaboradores se sigan preparando y creciendo en el ámbito de los estudios. Hay integraciones creativas lo cual produce un excelente clima laboral y como consecuencia genera una óptima productividad. Sin embargo, el 15% carece de motivación y entusiasmo.

BIBLIOGRAFÍA

Arreola, E., Elizundia, B., Mayogolita, P., & Torres, A. (2008). *Manual de desarrollo humano.* México, D.F.: Instituto Politécnico Nacional.

Botello, M. (Julio de 2008). Modelo de Cultura de Calidad para la direcciòn de formaciòn del bachiller. *Ciencia UANL, 11*(3), 233-243.

Camarena, M. E., & Rodríguez, A. (2010). *Dimensiones de la Cultura Organizacional: Bases para su implementación.* Monterrey: XIV Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas A. C. (ACACIA).

EKOS- Negocios. (2016). La esencia del èxito empresarial- Las mejores empresas para trabajar en el 2015. *EKOS*, 102.

Figueroa, L. (2015). Cultura Organizacional y Desempeño en una organización gubernamental. *Tesis en optenciòn al título de licenciado en Psicologìa Industrial Organizacional*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

González, M. (2016). Gestiòn de la Complejidad Organizacional en las Empresas Familiares Venezolanas. *www.revistaorbis.org.*(33), 57-81.

Llanos Encalada, M. (2017). La Personalidad de las Organizaciones, la Cultura. En M. Llanos Encalada, M. Pacheco, E. Romero, F. Coello, & Y. Armas, *La Cultrua Organizacional: Eje de acción de la gestión humana* (págs. 7-15). Sambornodón- Ecuador: Universidad Ecotec.

Llanos Encalada, M. (2018). *"Modelo de cultura organizacional para el desarrollo de la calidad en instituciones de.* Samborondón- Ecuador: Centro de Publicaciones - Universidad Tecnológica ECOTEC.

PDA- International. (2018). Inteligencia Colectiva. *E- BOOK*, 1-25.

Robbins, S., & Judege, T. (2013). *Comportamiento Organizacional.* México: Pearson.

Ruiz, M. (2001). Capítulo 5: Un modelo de gestión para formar profesionales efectivos en climas competitivos. En M. Ruiz, *La arquitectura del conocimiento en la educación superior. Un acercamiento a la formación politécnica y profesional* (págs. 123-141). México, D.F.: Instituto Politécnico Nacional.

Ruiz, M. (2001). La educación de las actitudes y los valores como el "norte del accionar en la direción del aprendizaje". En M. Ruiz, *La arquitectura del conocimiento en la educación superior. Un acercamiento a la formación politécnia y profesional* (págs. 201-234). México, D.F.: Instituto Politécnico Nacional.

Velásquez, G. (2006). *Liderazgo del tercer milenio. Opciones para aumentar la productividad.* México D.F.: Instituto Politécnico Nacional.

Velez, N. (1999). Consideraciones acerca del liderazgo en las empresas. En N. Velez, *REflexiones acerca de la calidad* (págs. 65 - 68). México: Instituto Politécnico Nacional.

Viloria, J., Pedraza, L., Cuesta, K., & Pérez, K. (2016). Liderazgo informal en las organizaciones: análisis sobre su impacto e influencia en la productividad y competitividad. *Clio- América*, 31-42.

003. EL IMPACTO DE LA GESTIÓN DE INCENTIVOS Y GANANCIAS DE LOS CFOS ÉTICA EN SUS DECISIONES DE INFORMACIÓN FINANCIERA: LA MEDIACIÓN PAPEL DE LA DESCONEXIÓN MORAL.

The impact of incentives and earnings management of ethical CFOs in their financial information decisions: the mediation role of moral disconnection.

Autores:

César Antonio Bustamante Chong
Doctorando en Administración de Empresas Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires (Argentina)**,** Magister en Administración de Empresas - Mención en Mercadotecnia. Ingeniero en Ciencias Computacionales. Docente investigador tiempo completo de la Universidad Tecnológica ECOTEC (Ecuador)
Autor por correspondencia: cbustamante@ecotec.edu.ec

Mariana Bustamante Chong
Doctorando en Administración de Empresas Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires (Argentina), Magister en Administración Pública – Mención desarrollo institucional. Economista. Docente investigadora tiempo completo de la Universidad Estatal del Sur de Manabí (Ecuador).
Autor por correspondencia: mariana.bustamante@unesum.edu.ec

RESUMEN:

El presente trabajo plantea la revisión del artículo sobre ética en las decisiones de información financiera examinando el efecto del conflicto de incentivos, influenciada por tendencias morales y éticas de los CFOs, para lo cual los autores autores Cathy A. Beaudoin, Anna M. Cianci y George T. Tsakumis, trabajan con 83 participantes preparadores de estados financieros y el envío de instrumentos por correo a 1,500 individuos. La estructura de revisión parte de la identificación del problema, síntesis de resultados y exposición textual de las conclusiones consideradas por los autores de la investigación, en las que se enfatizan la identificación de profesionales de la contabilidad con alta ética. Finalmente se expone un apartado para el desarrollo de comentarios, críticas y valoración acerca de la revisión del artículo de investigación.
Palabras claves: ética; desconexión moral; gestión de incentivos; gestión de ganancias.

Abstract:
The present work proposes the revision of the article on ethics in financial information decisions examining the effect of the incentive conflict, influenced by moral and ethical tendencies of the CFOs, for which the authors authors Cathy A. Beaudoin, Anna M. Cianci and George T. Tsakumis, work with 83 participants preparing financial statements and sending instruments by mail to 1,500 individuals. The review structure is based on the identification of the problem, synthesis of results and textual presentation of the conclusions considered by the authors of the research, which emphasize the identification of accounting professionals with high ethics. Finally, a section is presented for the development of comments, criticisms and evaluation about the review of the research article.
Keywords: ethics; moral disconnection; incentive management; profit management.

INTRODUCCIÓN:

En el artículo "El impacto de la gestión de incentivos y ganancias de los CFOs ética en sus decisiones de información financiera: la mediación papel de la desconexión moral" (2014), los autores Cathy A. Beaudoin, Anna M. Cianci y George T. Tsakumis se cuestionan acerca del efecto conjunto generado por el conflicto de incentivos, comparando la presencia o ausencia de un incentivo financiero personal con los conflictos financieros corporativos, incentivados a través del jefe evaluador de los funcionarios financieros, que los autores en lo sucesivo, lo denominan «CFO».

Los autores entran a las corporaciones con la hipótesis aduciendo que, la ética es la motivación clave de la gestión de ganancias, llamándola en lo sucesivo, "ética de EM", y que, esperan que los CFOs con un incentivo financiero personal entren en conflicto con una entidad financiera corporativa, registrándose gastos discrecionales mayores, versus las acumulaciones de CFOs sin un incentivo conflictivo.

En el presente artículo se parte manifestando la existencia de reformas regulatorias destinadas a prohibir la información financiera agresiva, y, que, por otra parte se observa que dentro de la administración persiste la acción de obtener ganancias, continuando en la cultura de proporcionar a los profesionales, la regulación de la visión y práctica de atenuar esta ganancia mediante la separación moral.

Para esto, se basan en dos supuestos: mientras que la variable independiente, conflicto de incentivos, se manipula en dos niveles (presente y ausente), es decir, la presencia o ausencia de un incentivo financiero personal que entra en conflicto con un incentivo de una entidad financiera corporativa, la otra variable independiente es la ética de gestión de ganancias de los CFOs ("Ética de EM", alta contra baja), medido a través de la evaluación de la ética de las cifras, en medio del conflicto y EM-Ethics interactuando para determinar las acumulaciones discrecionales de los CFO de tal manera que en presencia de un conflicto de incentivos, los CFO con baja (alta) EM-Ethics tienden a (resistir) el incentivo personal reservando más alto (menor) la acumulación de gastos; y en ausencia de un conflicto de incentivos, los CFO con baja (alta) EM-ética tienden a ceder (resistir) el incentivo corporativo reservando más bajo (más alto) los gastos devengados.

Se considera la presente investigación como soporte para un modelo de moderación mediada en el que el nivel de EMEthics de los CFOs, influenciado en sus tendencias de decisión financiera: la separación moral.

Entonces, el objetivo central de esta investigación es: "determinar la eficiencia de la ética en la gestión de incentivos y ganancias de los cfo en las organizaciones mediante el impacto de las decisiones de información financiera actuando con un papel importante a través de la mediación: la separación moral".

PROBLEMÁTICA

Los autores plantean que la ética de los CFOs influenciarán significativamente sus tendencias morales, ocurriendo el desenganche moral a través de un conjunto de ocho

mecanismos cognitivos interrelacionados que permiten que un individuo deprima las auto-sanciones que gobiernan su comportamiento.

Así la ética de EM debería estar generalmente menos dispuesta a ver las ganancias y por tanto la gestión como práctica aceptable. Como resultado, los altos CFO de ética de EM serán más propensos a activar sus propias normas morales personales, haciendo más difícil adoptar estrategias para racionalizar o minimizar la falta de ética.

De esta manera, las tendencias a la separación moral o desactivar sus normas morales personales se reducirán cuando se enfrenten a incentivos para gestionar los ingresos. A la inversa, los CFO con baja ética de EM deben estar generalmente más dispuestos a ver la gestión de ganancias. Como resultado, será menor la probabilidad de que los CFOs de ética de EM sean bajos para activar sus propias normas morales personales, haciéndolo más fácil para ellos adoptar estrategias racionalizando o minimizando su comportamiento antiético; de esta manera, sus normas morales personales y cualquier auto-sanción relacionada con involucrarse en actividades no éticas incluida la gestión agresiva de los ingresos será desconectado.

Por lo tanto, la conclusión de los autores es que esperan que los CFO con alta ética de EM exhiban tendencias más bajas o más altas para desenganchar moralmente y ceder al comportamiento consistente en incentivos. A su vez, los CFOs con las tendencias de desconexión moral más bajas se harán más pequeñas o más grande que los gastos acumulados en presencia o ausencia de un incentivo financiero personal que entra en conflicto con una empresa y el incentivo financiero, anulando así incentivos personales y de la empresa para gestionar los ingresos.

Los problemas fueron identificados en base a investigaciones, y considerando que la Comisión Selecta del Parlamento del Reino Unido sobre el tesoro, y la junta de normas Internacionales de Contabilidad (IASB) proporcionan información financiera, mientras que, el papel mediador de la separación moral, presenta dificultades como tal ya que, la gestión de la Comisión Selecta del Parlamento del Reino Unido sobre el Tesoro, y la junta de normas Internacionales de Contabilidad (IASB) cuando se enfoca en la gestión de ganancias implica la manipulación de ingresos y / o gastos para obtener la información financiera y conseguir un resultado deseado Según (R, 2006) (Healy, 1999) (Schipper, 1989).

Esta práctica ha jugado un papel en la caída de algunas grandes corporaciones por ejemplo, Enron y Sunbeam, y dio lugar a un impulso por parte de la profesión contable, y establecedores de normas para cambios regulatorios según (Elias, 2002) (Lawton, Dell gets back to basics after audit-panel probe.Wall Street Journal, 2007), (SEC, 2008).

El presidente Sir David Tweedie condena la generalización, en el testimonio de 2002 ante la Comisión Selecta del Parlamento del Reino Unido sobre el Tesoro y la junta de normas Internacionales de Contabilidad (IASB). Del mismo modo, en 1998, el entonces Presidente de los Estados Unidos de Valores y la Comisión de Intercambio (SEC), Arthur Levitt, advirtió que la gestión de ganancias erosiona la confianza de los inversores y desmejora la credibilidad de los mercados financieros (Levitt, 1998), una visión que también se refleja más recientemente es en el SEC (SEC 2008), a pesar de los esfuerzos regulatorios para combatir los informes financieros agresivos Según (Sarbanes-Oxley) en cambio para la Ley de 2002,

la gestión de ganancias persiste y es agravado por los incentivos de los gerentes (Cohen et al.2008; (McVay, 2006). Por lo tanto, es importante entender la gestión de ganancias e investigar formas de minimizar sus efectos potencialmente disfuncionales (SEC 2008).
"El impacto de la gestión de incentivos y ganancias de los CFOs ética en sus decisiones de información financiera: la mediación papel de la desconexión moral" (2014), los autores Cathy A. Beaudoin, Anna M. Cianci, George T. Tsakumis, se cuestionan acerca del efecto conjunto generado por el conflicto de incentivos, comparando la presencia o ausencia de un incentivo financiero personal con los conflictos financieros corporativos, incentivados a través del jefe evaluador de los funcionarios financieros, que los autores en lo sucesivo, lo denominan «CFO».

Los autores entran a las corporaciones con la hipótesis aduciendo que, la ética es la motivación clave de la gestión de ganancias, llamándola en lo sucesivo, "ética de EM", y que, esperan que los CFOs con un incentivo financiero personal entren en conflicto con una entidad financiera corporativa, registrándose gastos discrecionales mayores, versus las acumulaciones de CFOs sin un incentivo conflictivo.

En investigaciones anteriores sugieren que tanto los incentivos como las evaluaciones éticas influyen en la gestión de ganancias (por ejemplo, (Chung, 2005); (Guidry); (Healy, A review of the earning management literature and its implications for standard setting., 1999) ; (Kaplan, 2012), para los autores esta investigación examina el efecto conjunto de estas dos variables sobre el comportamiento de la gestión de ganancias.

Específicamente, investigaciones previas indican que los gerentes usan discreción contable para gestionar los ingresos con el fin de maximizar los bonos en efectivo (por ejemplo, (Guidry F. L., 1999) (Healy P. M., 1985); (Ibrahim, 2011). Además, los autores manifiestan que antes de esta investigación se demuestra que la percepción de la ética de un tema determinado influye en las decisiones contables (por ejemplo, (Arel, 2012); (Maroney, 2008). Sin embargo, en el presente estudio, los autores examinan como algo clave la ética percibida de las motivaciones de gestión de ganancias — EM-ética— y, según sus conocimientos, ninguna investigación ha examinado conjuntamente el incentivo y el efecto de la ética de EM en la gestión de ganancias y su comportamiento.
Los autores Cathy A. Beaudoin, Anna M. Cianci y George T. Tsakumis parten de investigaciones anteriores donde encuentran que los CFOs toman decisiones de acumulación consistentes en maximizar sus incentivos personales, argumentando que sus resultados proporcionan apoyo direccional, no siendo estadísticamente significativo, creando la expectativa de que ante la presencia o ausencia de un personal incentivado financieramente entra en conflicto con una entidad financiera corporativa, el incentivo de los CFOs tienden a involucrarse en más o menos personas interesadas en la gestión de ingresos.

Con estos antecedentes los autores de la investigación apuntan sus esfuerzos en las nuevas tendencias y prácticas éticas de las organizaciones, considerando que la ética de ética de los CFOs modera la voluntad al administrar ganancias bajo cualquier incentivo, específicamente, encontraron que en presencia de un incentivo financiero personal en conflicto con un incentivo financiero corporativo, CFO bajo o alto la ética de la EM tiende a ceder o resistir al incentivo personal, esto se logra mediante la reserva de mayores o menores gastos acumulados; y que, en ausencia de un incentivo financiero personal que entre en conflicto con un incentivo financiero corporativo, CFO con baja o alta EMEthics tienden a ceder en resistir el incentivo corporativo por reserva menor o mayor devengo de gastos.

Se debe recordar que en nuestro entorno, los incentivos corporativos ayudan a minimizar gastos para que las corporaciones cumplan con sus objetivos financieros, mientras que los incentivos personales son para cambiar los gastos de períodos futuros en el año en curso con esfuerzo para maximizar su potencial de bonificación en período de dos años. Por lo tanto, los autores plantean que cuando se presenta un incentivo financiero personal que entra en conflicto con una empresa, el incentivo financiero, bajo o alto EM-Ethics CFOs registra mayores o menores gastos acumulados, representativos de más menos la gestión de ganancias con intereses propios.

Mientras que, cuando no se presenta un conflicto personal con incentivo financiero, los CFOs con baja o alta EM-ética registrarán menor o mayor gasto acumulado, representativo de más o menos gestión de ganancias en la empresa. Así, se espera que los altos CFO de ética EM se resistan a ceder ya sea con un incentivo financiero personal o corporativo.

En contraste, los autores esperan que los CFOs de ética de EM bajos impacten en estos incentivos y en consecuencia administren las ganancias. Con base a esta discusión, hipotetizan la siguiente interacción: H2 EM-ética y el conflicto de incentivos interactuarán tales que en la presencia o ausencia de un personal financiero incentivado que entre en conflicto con un incentivo financiero corporativo, los CFOs con bajas éticas de EM registrarán mayores o menores gastos devengados discrecionales en comparación con los CFO con alta ética-EM.

Las tendencias de separación moral se harán más grandes o más pequeñas conjuntamente con los gastos acumulados en la presencia o ausencia de un personal con incentivo financiero que entra en conflicto con una entidad financiera corporativa, los autores hipotetizan el siguiente efecto:

H3 el incentivo financiero que entra en conflicto moderará la relación entre las tendencias morales de separación de los CFOs y sus decisiones de acumulación de gastos discrecionales, tales que los CFOs y las tendencias de desconexión moral están influenciadas por sus niveles individuales de ética-EM.

METODOLOGÍA

La metodología en la presente investigación, fue aplicada a 83 *participantes preparadores de* estados financieros llamados oficiales financieros CFO, era importante la selección de ejecutivos con el título de CFO o su equivalente con experiencia que desempeñen un papel clave en la información financiera. De los 83 participantes, el 65% tiene experiencia actual o anterior trabajando en compañías que cotizan en bolsa, mientras que el 74% tiene experiencia previa trabajando como auditores externos.

Además, los participantes indicaron una gran familiaridad con la tarea de registrar las acumulaciones de gastos siendo la media = 6.12 en una escala de siete puntos en puntuación inversa donde 1 representa ‘‘No en todo ’’ y 7 representa ‘Extremadamente’.

Los participantes calificaron cada elemento en una escala de siete puntos donde 1 = " Totalmente en desacuerdo " y 7 = "Muy de acuerdo". Por lo tanto, cuanto más alto sea el puntaje, mayor es la propensión de un individuo a la separación moral. Participan dos variables independientes conflicto de incentivos y ética, por esto cada participante recibió una incentivo financiero para minimizar los gastos, la presencia o la ausencia de conflicto de

incentivos fue operacionalizada por proporcionar a los participantes un incentivo financiero personal que estaban en conflicto, representada en un bono fijo.

Los bonos varían según el logro de los objetivos minimizando los gastos de la planta, de la siguiente manera: como porcentaje del sueldo base $ 200,000, los gastos para el año 1 $ 77.1 millones son $ 3.0 millones por debajo del objetivo de la bonificación máxima del 40% para gastos. Por lo tanto, a los participantes se les dice que se le da la oportunidad de registrar una cantidad de hasta $ 3, 000,000 sin comprometer ninguna parte del máximo, y que el 40% de bonificación para el año 1 permitiría aumentar la probabilidad de recibir un bono en el año 2.

Los objetivos de bonificación variables para el año 2 están estructurados de modo que los gastos proyectados de planta de $ 83.05 millones son $ 50,000, por encima del umbral del gasto objetivo adicional que es de $ 83.00 millones, eso calificaría al gerente para el mínimo del 20% de bonificación comprendiéndose que el participante actualmente no califica para cualquier bono en el año 2, basado en gastos proyectados. Por lo tanto, si un gerente decide hacer una acumulación de gastos en el año 1, los objetivos de bonificación se vuelven más fáciles de lograr en el año 2.

Hay un incentivo personal para los gerentes y se les recomienda mayor acumulación de gastos en el año en curso que puede ser utilizado para mejorar los resultados operativos en el año siguiente. La segunda variable independiente, EM-ética, es una variable medida que fue diseñada específicamente para esto.

Participantes indicaron su acuerdo con cada elemento en siete puntos escala en la que 1 representa "muy en desacuerdo" y 7 indica "Muy de acuerdo". En la investigación calcularon los valores de cada individuo, correspondiendo la puntuación de EM-Ética al sumar su respuesta a los 14 ítems (a = .96).

En esta investigación también se envió instrumentos por correo a 1,500 individuos identificados por el Instituto Americano de Contadores Públicos certificados como CFO reconocidos como oficiales financieros, recibiendo respuestas de 113 individuos, y 24 fueron devueltos como imposibles de entregar. La tasa de respuesta resultante es del 7,66%, de las cuales eran 113 Respuestas divididas por 1.476 entregadas.

Esta tasa de respuesta dio como resultado 25 respuestas inutilizables: dieciséis instrumentos se completaron de forma inadecuada individuos clasificados tales como contadores de personal, secretarios e impuestos contables y nueve fueron devueltos sin respuesta en la variable dependiente. Así, quedaron 88 respuestas utilizables. Cinco de estos encuestados fueron excluidos al crear una de las principales variables de interés de la presente investigación.

Se sintetizan los resultados mediante el papel mediador de la separación moral, los autores Cathy A. Beaudoin, Anna M. Cianci, George T. Tsakumis plantean que la separación moral es el mecanismo a través del cual la interacción entre EM-ética, permita activar los incentivos, es así que con una alta (baja) desconexión moral teniendo una propensión de aumento/disminución de ganancias, se ve reflejada en el comportamiento de la gestión, es decir, esperan que la ética de los CFOs influyan significativamente en sus tendencias morales, desenganchándose y cediendo ante los incentivos, mientras que, la desconexión

moral, propondrá, a su vez, afectación diferente al nivel de los gastos de los CFOs dependiendo de la presencia o ausencia del conflicto de incentivos.

Ocurre el desenganche moral a través de un conjunto de ocho mecanismos cognitivos interrelacionados que permiten a un individuo desanimar las auto-sanciones que gobierna su comportamiento (Bandura 1986, 1991, 2002)[3]

Según Bandura (1999), las personas adoptan estándares morales. (Por ejemplo, ideales y valores) que, cuando se activan, sirven como disuadores auto-reactivos para el comportamiento no ético. Sin embargo, los individuos usan estrategias para racionalizar, justificar o minimizar sus elecciones no éticas, es decir, para desenganchar su moral, normas de su conducta, protegiendo así su autoimagen, minimizando la angustia cognitiva y permitiendo que actúen sin ética (Bandura et al. 1996). La teoría de la desconexión moral se ha utilizado para explicar por qué los individuos a sabiendas participan en sociedad inadecuadamente, convirtiéndose en delincuente Según (Moore, 2008); (Naquin, 2010)y ¿Qué cogniciones subyacen diversos comportamientos egoístas tales como mala conducta corporativa, corrupción y violencia política? Según Bandura 1990; Moore 2008.

Entonces, los autores Cathy A. Beaudoin, Anna M. Cianci, George T. Tsakumis, sugieren que la ética-EM de un individuo esta inversamente relacionado con su propensión a la separación de su moral, normas de su conducta, citando como ejemplos los CFOs altos. La ética de EM debería estar generalmente menos dispuesta a ver las ganancias, considerando la gestión como práctica aceptable, el resultado de altos CFO, la ética EM actuará sobre el individuo a que esté más propensos a activar sus propias normas morales personales, haciendo más difícil que éstos adopten estrategias para racionalizar o minimizar la falta de ética en sus comportamientos; así las tendencias a la separación moral o desactivación de normas morales personales se reducirán.

Cuando se enfrentan los incentivos para gestionar los ingresos, funciona a la inversa, los CFO con baja ética de EM deben estar generalmente más dispuestos a ver la gestión de ganancias ligeramente en forma favorable teniendo como resultado, la menor probabilidad de que los CFOs de ética de EM sean bajos para activar sus propias normas morales personales, haciéndolo más fácil para ellos adoptar estrategias y racionalizar / minimizar el comportamiento antiético; de esta manera, sus normas morales personales y cualquier auto-sanción relacionada con involucrarse en actividades no éticas, el comportamiento (incluida la gestión agresiva de los ingresos)será desconectada.

---

[3] Bandura (1999) postula que los siguientes ocho mecanismos cognitivos facilitan el comportamiento no ético: la justificación moral (replanteamiento de los actos no éticos que actúan en apoyo de un bien mayor, por ejemplo, redefiniendo la moralidad de matar para justificar la acción militar), etiquetado eufemístico,(usar lenguaje saneado para renombrar acciones dañinas y hacerlas parecer más benigno, por ejemplo, los empleados despedidos se describen como que se les da una 'mejora alternativa de carrera' '), comparación ventajosa (contrastando el comportamiento examinado como más censurable, el comportamiento para hacer que lo primero parezca inocuo, por ejemplo, " La guerra del Vietnam salvó a la población de la esclavitud comunista ", el desplazamiento de responsabilidad (atribución de responsabilidad personal a figura de autoridad [s], por ejemplo, los guardias de la prisión nazi que afirman que la ejecución eran órdenes), difusión de responsabilidades (atribución de responsabilidad entre los miembros de un grupo, por ejemplo, (que se requiera que en un grupo la decisión de hacer que otras personas consideradas se comporten de manera poco ética),distorsión de las consecuencias (minimizando la gravedad de los efectos en las acciones de uno, por ejemplo, alejar a una persona de los destructivos resultados para debilitar los efectos perjudiciales potenciales en esa persona),deshumanización (enmarcando a las víctimas de las acciones como indignas de la consideración humana básica, por ejemplo, durante la guerra, el lanzamiento de naciones denominan a sus enemigos como " demonios " o " bestias "), y atribución de culpa (asignando responsabilidad a las propias víctimas, por ejemplo, computadora y hackers explicando que están obligados a piratear en el gobierno bases de datos debido a un gobierno villano).

Por lo tanto, los autores esperan que los CFO con alta ética de EM exhiban tendencias más bajas (más altas) para desengancharse moralmente y ceder al comportamiento consistente en incentivos. A su vez, los CFOs con tendencias de desconexión moral más bajas se harán más pequeñas/(más grande) con la presencia (ausencia) de los gastos acumulados de un incentivo financiero personal que entra en conflicto con una empresa este incentivo financiero, anulando en esta situación incentivos tanto personal como de la empresa para gestionar los ingresos. Los CFOs con mayores tendencias de separación moral se harán más grandes (más pequeñas) y los gastos acumulados en la presencia (ausencia) de un incentivo financiero personal que entra en conflicto con una entidad financiera corporativa y que persigue el logro tanto personal como de la empresa sirve para gestionar las ganancias.

El modelo propuesto se presenta en la Fig. 1[4] y sugiere que la ética de los CFOs influye en su propensión a la desvinculación moral, que a su vez afecta diferencialmente a los gastos de los CFOs acumulándose dependiendo de la presencia o ausencia de conflicto de incentivos hipotetizando los autores el siguiente efecto:H3 el incentivo del conflicto moderará la relación entre las tendencias morales de separación de los CFOs y sus decisiones de acumulación de gastos discrecionales, tales que los CFOs y las tendencias de desconexión moral que están influenciadas por su niveles individuales de ética-EM.

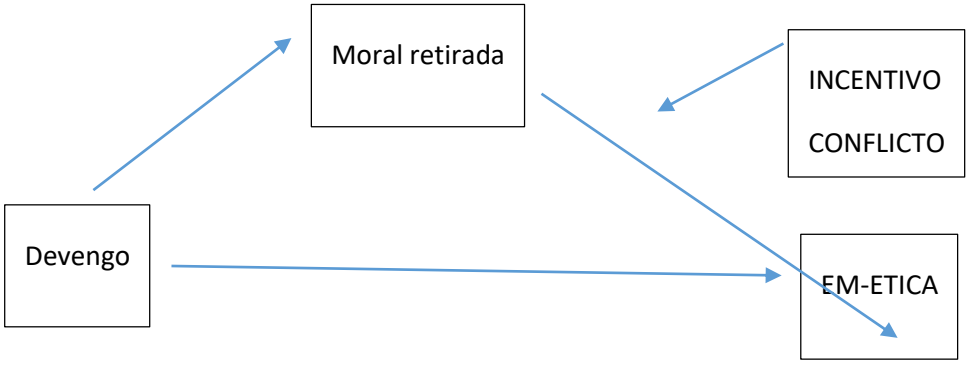


Fig. 1 Modelo de moderación mediada.

RESOLUCIÓN DEL PROBLEMA

Para la resolución del problema los autores verificación y probaron la hipótesis por conflicto de incentivos de la siguiente manera:

La verificación de la manipulación por conflicto de incentivos indica que los participantes entendieron la manipulación. Solo un participante identificó incorrectamente su conflicto de incentivos (es decir, si su bono fue fijo o variable). Eliminando a este participante de los análisis no cambia ninguna de las inferencias extraídas.

Las hipótesis 1 y 2 se prueban con un 2 9 2 ANOVA en el que incentiva el conflicto, EM-ética, y su interacción sirven como variables independientes y la transformación de rango de los CFOs de la cantidad acumulada del gasto.

Para los servicios de consultoría y asesoría no facturados y que es la variable dependiente.[5]

[4] Los resultados y las variables presentadas en la Fig. 1 se discuten en el Sección "Resultados".

[5] Consistente con la investigación previa en contabilidad (Boylan y Sprinkle 2001) y psicología (Ruwaard et al. 2012; Hutton et al. 2013), los autores realizan análisis utilizando los rangos del gasto discrecional, con observaciones de acumulación como la variable dependiente en lugar de los montos de gastos reportados porque éstos normalmente no se distribuyen (lo que viola una de las suposiciones en que se basan el

La hipótesis 3 se prueba utilizando los procedimientos de moderación mediada recomendados por (Muller, 2005) .Se presentan resultados de ANOVA y medias en la Tabla 1. El panel A muestra que el modelo general es significativo (F = 2.74, p = .049).
Mediante la prueba de hipótesis 1 se da la resolución de los resultados y es:

La hipótesis 1 predice que los CFOs registrarán mayores (menores) gastos discrecionales devengados en presencia (ausencia) de un incentivo financiero personal que entre en conflicto. Con un incentivo financiero corporativo, para probar H1, se examinan los resultados del efecto principal del conflicto de incentivos. En este modelo 2 9 2 ANOVA, aunque no es significativo en niveles convencionales, el Panel B de la Tabla 1 reporta resultados. Direccionalmente consistente con las expectativas, de tal manera que, específicamente, las recomendaciones de acumulación de gastos de los CFO son mayores cuando el conflicto de incentivos está presente (media = $ 825,162) que cuando el conflicto de incentivos está ausente (media = $ 692,152).
Por lo tanto, H1 no es compatible, y esto lo prueba de hipótesis 2.

La hipótesis 2 predice que la EM-ética y el conflicto de incentivos interactuarán de tal manera que en presencia (ausencia) de un incentivo financiero personal que entra en conflicto con un incentivo financiero empresarial, los CFOs con bajo EM-ética registrarán mayor (menor) gastos discrecionales acumulados en comparación de aquellos con alta ética-EM.
La tabla 1 reporta una interacción significativa y direccionalmente consistente entre ética de EM y conflicto de incentivos en la predicción de CFOs montos acumulados (F = 8.19, p = .003), proporcionando apoyo para el H2, como se espera, comparaciones no reguladas.
En condiciones de conflicto de incentivos se revela que el bajo (alto) acumulación de gastos de los CFO de EM-Ethics es significativamente mayor.

Tabla 1 resultados ANOVA y medias celulares (SD)

	F estadístico	P valor
Panel A: ANOVA a[6]		
Modelo general	2.74	0.049
Variables independientes		
Incentivo de conflicto	(H1) 0.012	0.455
Ética EM	0.139	0.710
Interacción		
Incentivo conflicto 9 EM-ética (H2)		8,19
0,003		

ANOVA y la regresión). Específicamente, la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk indicó que el gasto informado de los montos para cada una de las cuatro condiciones no se distribuyen normalmente. (todos p \ .0001). Además, como se muestra en la Tabla 1, el estándar de las desviaciones de los importes de gastos informados son bastante altas. En consecuencia, un ANOVA realizado utilizando una transformación de rango de la que es probable que los montos de gastos informados sean más eficientes (potentes) y teóricamente más apropiado que un ANOVA realizado utilizando el monto de gastos reales informados (Conover e Iman 1982; Boylan y Sprinkle 2001). Los análisis realizados utilizando el reportado real, y los montos de gastos producen resultados que son cualitativamente similares a aquellos que se presentó en el informe.

[6] El ANOVA se realizó utilizando el rango de los discrecionales. Observaciones de acumulación de gastos como la variable dependiente en lugar de los importes reales de gastos informados, porque el gasto real informado y las cantidades no se distribuyen normalmente. Se reportan valores de p de una cola donde las expectativas son unidireccionales

Ética EM		Incentivo Conflicto Presente	ausente	general
Panel B: Medios de celda (SD) para la acumulación de gastos discrecionales[7]				
Media	baja	933,909	496,087	710,133
	(SD)	(796,132)		(427,947)
(665,631)				
		n = 22		n = 23
n = 45				
Media	alta	665,667	888,217	800,368
	(SD)	(1,072,647)		(757,073)
(887,864)				
		n = 15		n = 23
n = 38				
Media	general	825,162	692,152	751,446
	(SD)	(913,785)		(639,563)
(771,676)				
		n = 37		n = 46
n = 83				

(Más pequeño) cuando el conflicto de incentivos está presente (F = 3.85, p = .029). Cuando el conflicto de incentivos está ausente, bajo (alto) La acumulación de gastos de los CFO de EM-Ethics es significativamente mayor. Más pequeño (más grande), como se esperaba (F = 4.25, p = .023). Figura 2 representa una representación gráfica de la interacción.

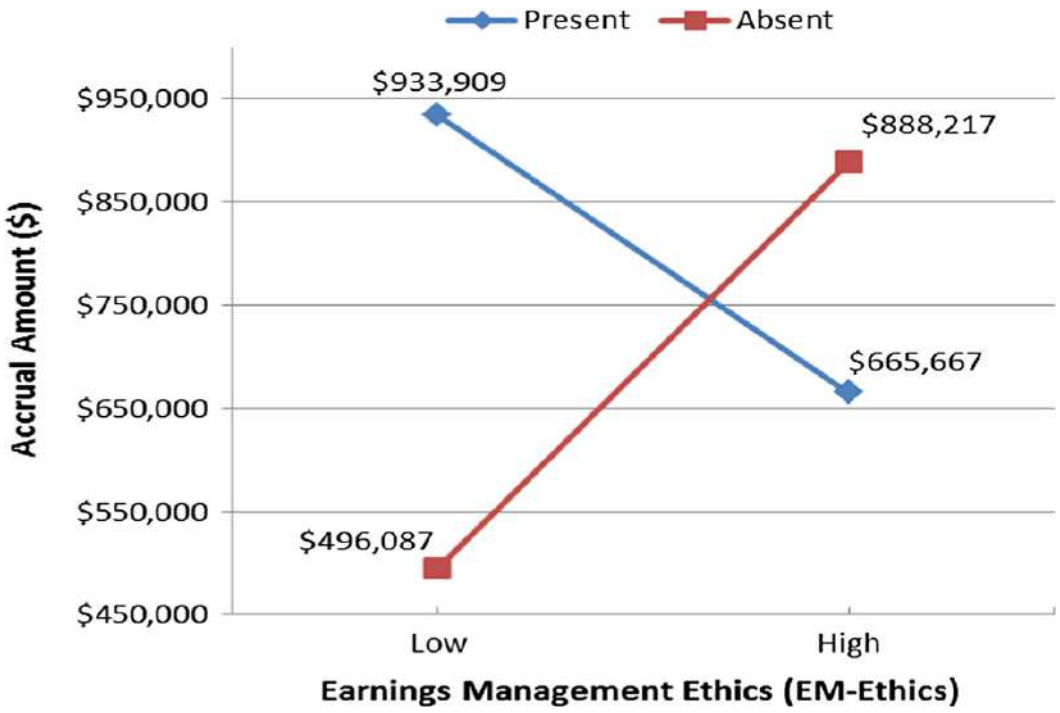
Prueba de hipótesis 3

El desarrollo de H3 se basa en la noción de que los niveles de ética ética de los CFOs influirán significativamente en sus tendencias a la desconexión moral y a la entrega de incentivos.

La propensión a la desconexión moral será, a su vez, diferente, afectando el nivel de acumulación de gastos de los CFOs dependiendo de la presencia o ausencia de conflicto de incentivos. Es decir, los autores esperan que los CFO con alta (baja) EM-ética muestren menor tendencia (más altas) para separarse moralmente y ceder al comportamiento consistente en incentivos. A su vez, los CFOs con menor tendencias de desconexión moral se harán más pequeñas (más grandes) de acuerdo a los gastos acumulados en la presencia

[7] Todos los participantes respondieron a la siguiente variable dependiente:"¿recomienda ser registrado para consultas y servicios de asesoramiento para los que aún no se le ha facturado?

(ausencia) de un personal incentivado financieramente que entra en conflicto con una entidad financiera corporativa, considerando este incentivo que se debe anular tanto en el área personal y a nivel de la compañía.



present (absent)
presente (ausente)
accrual (amount)
devengo (cantidad)

Ética de gestión de ganancias (EM-ética) (Earnings Management Ethics (EMethics)

Fig. 2 Montos medios devengados por conflicto de incentivos (presente y ausente) ética de gestión de ganancias (ética de EM): alta y baja

Hay incentivos para gestionar los ingresos cuando en los CFOs hay mayor moral, las tendencias de desvinculación se harán más grandes (más pequeñas) y los gastos acumulados en la presencia (ausencia) de un personal con incentivo financiero que entra en conflicto con una entidad financiera corporativa, este incentivo, persigue así el logro tanto personal como el incentivo de la empresa para gestionar las ganancias.

De acuerdo con los argumentos de los autores, se conducen a H3, encontrando que los CFOs con bajo nivel de EM-ética exhiben significativamente mayor propensión a la desconexión moral que los CFO con alta ética. (Medias no reguladas = 13.40 y 10.70, respectivamente, p = .002, de una cola). Adicionalmente, la desconexión moral, es para facilitar la discusión de los resultados H3 y más claramente resaltar la relación entre el retroceso moral, y el conflicto de incentivos - los CFOs y los gastos acumulados.

Consistentemente con el desarrollo teórico se encontró que los CFOs con menor desenvolvimiento moral, tienen tendencias menores (más grandes) con gastos acumulados en la presencia (ausencia) de un incentivo financiero personal vs conflictos con un incentivo financiero corporativo (no regulado significa = 575,882 y 865,950, respectivamente, p = .14, una cola), anulando así el incentivo personal y empresarial para gestionar los ingresos. CFOs con mayor desenvolvimiento moral y las tendencias de desvinculación hacen un gasto mayor

(menor) en acumulaciones con presencia (ausencia) de una entidad financiera y caso personal. El incentivo que entra en conflicto con un incentivo financiero corporativo. (Medias no reguladas = 823,000 y 560,208, respectivamente, p = .09, de una cola), persiguiendo así el logro de incentivos tanto personales como de la empresa para gestionar los ingresos. Consistente con la investigación previa (por ejemplo, (Shin, 2007); (Grant, 2008))se prueba H3 usando la moderación mediada.

Procedimientos de regresión recomendados por Según Muller et al. (2005), se deben cumplir las condiciones para demostrar que el efecto de nuestro mediador (desconexión moral) en nuestra variable dependiente (devengo) depende del moderador (conflicto de incentivos).

Primero, la interacción entre la variable independiente. (EM-Ética) y moderador (conflicto de incentivos) debe predecir la variable dependiente (devengo) (ver Tabla 2, ec. 1). En segundo lugar, el efecto de nuestra independencia variable (EM-ética) debe predecir significativamente el mediador (desacoplamiento moral) (ver Tabla 2, Ec. 2). Tercero, la interacción entre nuestro mediador (desconexión moral) y moderador (conflicto de incentivos) debe predecir significativamente la variable dependiente (devengo) mientras se controla el mediador y la interacción entre los independientes variable y moderador (ver tabla 2, ec. 3).

Como resultado, la interacción entre la variable independiente y el moderador debe ser reducido (o no significativo en el caso de mediación completa) en magnitud (b = .237, p = .021, una cola en la ec. 3 de la Tabla 2) en comparación con la interacción entre la variable independiente y el moderador mostrado en el primer paso (b = .310, p = .003, una cola en la ecuación 1 de Tabla 2).

Una prueba de Sobel recomendada por (MacKinnon, 2002.) muestra que esta disminución es estadísticamente significativa. (z = 1.78, p = .038, de una cola). Así, la moderación global (conflicto de incentivos) de nuestra variable independiente (EM-Ethics) está siendo parcialmente explicada por nuestro mediador (desconexión moral).

De acuerdo a sus resultados los autores también sugieren que la identificación de profesionales de la contabilidad con alta Ética EM (en lugar de centrarse simplemente en el estímulo empresa- empleado) puede contribuir a mantener una alta calidad en torno de la información financiera.

Para investigaciones futuras es necesario para explorar varios métodos y aumentar la EMEthics de los CFOs.

Finalmente, sus resultados muestran que el efecto interactivo de EM-Ética e incentivos en la gestión de ganancias a través de la desconexión moral, y su hallazgo puede ser de interés para empresas, asociaciones profesionales y educadores, interesados en aumentar la ética del negocio y la atenuación de la gestión de ganancias, de acuerdo al comportamiento del entorno de la empresa y por medio de la reducción de pensamiento moral desconectado a través de la intervención, modelización y formación y de acciones y políticas, cultura ética y clima dentro de un organización, es decir, los directivos de la empresa, que puede ser formado por ejecutivos Según (Sweeney et al. 2010; (Arel, The impact of ethical leadership, the internal audit function, and moral intensity on a financial reporting decision. Journal of Business Ethics, 2012.); Estos ejecutivos, a su vez, pueden actuar como modelos para los empleados e intentar regular su comportamiento, especialmente si el comportamiento es la norma social y ha sido recompensado en el pasado. Según (Mayer et al. 2009).

De esta manera, la cultura corporativa: considerada como la que desalienta la separación moral, para contribuir a la integridad del proceso de información financiera. (Commission, 1987).

Todos estos resultados se basan en investigaciones previas en que se ha encontrado que los niveles de desconexión moral pueden ser alterados por influencias externas (Paciello M. F., 2008), quien sugiere que las intervenciones de entrenamiento pueden ser efectivas en reducir los niveles de desconexión moral.

Limitaciones del estudio de la investigación y contribuciones futuras

Cabe destacar las limitaciones del presente estudio.

Primero que la información proporcionada a los participantes fue limitada minimizó el tiempo necesario para completar el experimento, dado que los profesionales de la contabilidad tendrían más información en la práctica para la toma decisiones, dejando abierta el argumento de validez externa y la generalización de los resultados. Sin embargo, esta limitación, si bien es notable, también es aplicable a la mayoría de las investigaciones experimentales.

En segundo lugar, CFO altamente experimentados participaron en el presente estudio, si bien esto es apropiado dada la tarea de decisión contable, no se sabe si los resultados de la presente investigación se generalizarían a los profesionales de la contabilidad menos experimentada.

En tercer lugar, la aplicabilidad de la ética-EM de la investigación en cierta medida no se ha utilizado en múltiples configuraciones. Por lo tanto, su aplicabilidad en los diferentes ámbitos de la gestión de ganancias y sus contextos es una pregunta de investigación abierta. Adicionalmente, futuras investigaciones pueden centrarse en seguir clarificando la ética de EM como una contribución útil en la investigación de gestión de ganancias.

CONCLUSIÓN

El artículo expone interesantes resultados en las decisiones de información financiera conjuntamente con el conflicto de incentivos influenciada por tendencias morales y éticas de los CFOs, que se da por el comportamiento ético de los ejecutivos superiores de una empresa, determinando la reputación de la misma, ya que, si el comportamiento de la empresa no es congruentemente ético, otros integrantes de la misma: trabajadores, consumidores, proveedores, comenzarán a desconfiar de todas y cada una de las decisiones y acciones de la empresa, estableciéndose firmemente el argumento de que los ejecutivos y la empresa deben basar su reputación en el comportamiento ético incuestionable. Así, mejora la salud psíquica de los individuos, la reputación de la empresa se convierte en un valioso activo y el medio social económico facilita la realización de actividades económicas eficientes y equitativas.

El trabajo de investigación realizado por los autores es importante debido a que, en muchas épocas de la humanidad se ha hecho necesario reivindicar la ética y la moral, como lo es ahora. Hay que construir redes sólidas para acabar con la desconexión moral y sólo puede hacerse aplicando la “inteligencia moral” desde la escuela y la familia a todos los ámbitos de la vida. La amoralidad desmoraliza, la inmoralidad destruye y se contagia. Por el

contrario, la moralidad construye y edifica, se necesitan en las organizaciones nuevos apóstoles de la inteligencia moral para evitar que todos acaben en la ceguera moral.

En lo relativo a la valoración del artículo, se debe indicar que el estudio pareciera presentar limitaciones debido a que, la información proporcionada a los participantes fue restringida, en segundo lugar como fue aplicada en la participación de CFO altamente experimentados, se desconoce si los resultados de la investigación se generalizarían en participantes de contabilidad menos experimentados, en tercer lugar, la aplicabilidad de ética-EM. no se ha utilizado en múltiples configuraciones, por lo tanto, su aplicabilidad en diferentes gestión de ganancias queda como una pregunta abierta a investigaciones futuras.

Por otra parte, se valora el presente trabajo para que futuras investigaciones puedan centrarse en seguir clarificando la ética de EM como un constructo útil en la investigación de gestión de ganancias.

BIBLIOGRAFÍA

Arel, B. B. (2012). The impact of ethical leadership, the internal audit function, and moral intensity on a financial reporting decision. Journal of Business Ethics. En B. B. Arel, *The impact of ethical leadership, the internal audit function, and moral intensity on a financial reporting decision. Journal of Business Ethics* (págs. 109, 351–366.).

Arel, B. B. (2012.). The impact of ethical leadership, the internal audit function, and moral intensity on a financial reporting decision. Journal of Business Ethics. En B. B. Arel, *The impact of ethical leadership, the internal audit function, and moral intensity on a financial reporting decision. Journal of Business Ethics* (págs. 109, 351–366.).

Commission, T. (1987). Report of the national commission on fraudulent financial reporting. Washington, DC: National Commission on Fraudulent Financial Reporting. En T. Commission., *Report of the national commission on fraudulent financial reporting. Washington, DC: National Commission on Fraudulent Financial Reporting.* Washington, DC.

Chang, C. J. (2007). The effects of moral development and adverse selection conditions on managers' project continuance decisions: A study in the pacific-rim region. Journal of Business Ethics. En C. J. Chang, *The effects of moral development and adverse selection conditions on managers' project continuance decisions: A study in the pacific-rim region. Journal of Business Ethics* (págs. 76, 347–360.).

Chung, R. F. (2005). Earnings management, surplus free cash flow, and external monitoring. Journal of Business Research. En R. F. Chung, *Chung, R., Firth, M., & Kim, Earnings management, surplus free cash flow, and external monitoring. Journal of Business Research* (págs. 58, 766–776.).

Elias, R. (2002). Determinants of earnings management ethics among accountants. Journal of Business Ethics. En R. Elias.

Grant, A. M. (2008)). Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire?Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity. Journal of Applied Psychology. En A. M. Grant, *Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire?Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity. Journal of Applied Psychology* (págs. 93, 48–58.).

Guidry, F. L. (1999). Earnings-based bonus plans and earnings management by business-unit managers.Journal of Accounting and Economics. En F. L. Guidry, *Earnings-based bonus plans and earnings management by business-unit managers.Journal of Accounting and Economics* (págs. 26, 113–142.).

Guidry, F. L. (s.f.). Earnings-based bonus plans and earnings management by business-unit managers.Journal of Accounting and Economics. En F. L. Guidry, *Earnings-based bonus plans and earnings management by business-unit managers.Journal of Accounting and Economics.*

Healy, P. M. (1999). A review of the earning management literature and its implications for standard setting. En P. M. Healy, *A review of the earning management literature and its implications for standard setting.*

Healy, P. M. (1985). The effect of bonus schemes on accounting decisions. Journal of Accounting and Economics. En P. M. Healy, *The effect of bonus schemes on accounting decisions. Journal of Accounting and Economics* (págs. 7, 85–107.).

Healy, P. M. (1999). A review of the earning management literature and its implications for standard setting. En P. M. Healy, *A review of the earning management literature and its implications for standard setting.*

Ibrahim, S. &. (2011). The association between nonfinancial performance measures in executive compensation contracts and earnings management. Journal of Accounting and Public Policy. En S. &. Ibrahim, *The association between nonfinancial performance measures in executive compensation contracts and earnings management. Journal of Accounting and Public Policy* (págs. 30(3), 256–274.).

Kaplan, S. N. (2012). Which CEO characteristics and abilities matter? The Journal of Finance. En S. N. Kaplan, *Which CEO characteristics and abilities matter? The Journal of Finance,67(3), 973–1007.* (págs. 67(3), 973–1007.).

Lawton, C. (2007). Dell gets back to basics after audit-panel probe.Wall Street Journal. En C. Lawton, *Dell gets back to basics after audit-panel probe.Wall Street Journal,* (págs. 250(47), A2.).

Levitt, A. (1998). The numbers game. The CPA Journal. En A. Levitt, *The numbers game. The CPA Journal* (págs. 68, 14–19.). The numbers game.

Lord, A. &. (2001). The impact of commitment and moral reasoning on auditors: Responses to social influence pressure. Accounting, Organizations and Society. En A. &. Lord, *The impact of commitment and moral reasoning on auditors: Responses to social influence pressure. Accounting, Organizations and Society* (págs. 26(3), 215–235).

MacKinnon, D. P. (2002.). A comparison of methods to test mediation and other intervening variable effects. Psychological Methods. En D. P. MacKinnon, *A comparison of methods to test mediation and other intervening variable effects. Psychological Methods* (págs. 7,83–104.).

Maroney, J. J. (2008). The effects of moral reasoning on financial reporting decisions in a post Sarbanes-. En J. J. Maroney, *The effects of moral reasoning on financial reporting decisions in a post Sarbanes-.*

McVay, S. E. (2006). Earnings management using classification shifting: An examination of core earnings and special items. En S. E. McVay, *Earnings management using classification shifting: An examination of core earnings and special items.*

Moore, C. (2008). Moral disengagement in processes of organizational corruption. Journal of Business Ethics. En *Moral disengagement in processes of organizational corruption. Journal of Business Ethics* (págs. 80, 129–139.).

Muller, D. J. (2005). When moderation is mediated and mediation is moderated. Journal of Personality and Social Psychology. En D. J. Muller, *When moderation is mediated and mediation is moderated. Journal of Personality and Social Psychology* (págs. 89, 852–863.).

Naquin, C. E. (2010). The finer points of lying online: E-mail versus pen and paper. Journal of Applied Psychology. En C. E. Naquin, *The finer points of lying online: E-mail versus pen and paper. Journal of Applied Psychology* (págs. 95(2), 387–394.).

Paciello, M. F. (2008). Stability and change of moral disengagement and itsimpact on aggression and violence in late adolescence. ChildDevelopment. En Stability and change of moral disengagement and itsimpact on aggression and violence in late adolescence. ChildDevelopment, *Stability and change of moral disengagement and itsimpact on aggression and violence in late adolescence. ChildDevelopment* (págs. 79, 1288–1309.). .

Ponemon, L. (1995). The objectivity of accountants' litigation support judgments. Accounting Review. En L. Ponemon, *The objectivity of accountants' litigation support judgments. Accounting Review* (págs. 70(3), 467–488.).

R, b. (2006). International financial reporting standars (IFRS) Pros and cons for invertors.Accounting and bussiness research. En b. R, *International financial reporting*

standars (IFRS) Pros and cons for invertors.Accounting and bussiness research (págs. 36,5-27).

Rutledge, R. W. (1999). The influence of self-interest and ethical considerations on managers' evaluation judgments.Accounting Organization and Society. En *The influence of self-interest and ethical considerations on managers' evaluation judgments.Accounting Organization and Societ* (págs. 24, 173–184.).

Sarbanes-Oxley. (s.f.). Act of 2002. Public Law . En Sarbanes-Oxley, *Act of 2002. Public Law* (págs. No. 107–204[H.R.3763]). Washington, D.C.: Government Printing Office.

Schipper, K. (1989). Commentary on earnings management. Accounting Horizons. En K. Schipper.

SEC. (2008).

Shin, S. &.–1. (2007). Shin, S., & Zhou, J. (2007). When is educational specialization heterogeneity related to creativity in research and development teams? Transformational leadership as a moderator. Journal of Applied Psychology, 92, 1709–1721. En S. &.–1. Shin, *When is educational specialization heterogeneity related to creativity in research and development teams? Transformational leadership as a moderator. Journal of Applied Psychology* (págs. 92, 1709–1721.).

SPRADLEY, J. (1980). *Participant Observation.* Nueva York: Rinehart & Winston.

Weber, J., & Wasieleski, D. (2012). Corporate Ethics and Compliance Programs: A Report, Analysis and Critique. *Journal of Business Ethics*, 609.

004. INCIDENCIA DE LOS PLANES DE INCENTIVOS EN EL DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES EN UNA INSTITUCIÓN BANCARIA ECUATORIANA

Autores:

Ing. Orlando Sánchez Ayala
orlandosanchez93@hotmail.com

Dra. Mónica Llanos Encalada PhD.
mllanos@ecotec.edu.ec; monicallanos@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es analizar la incidencia de los planes de incentivos en el desempeño de los colaboradores. Basado en los conceptos de Chiavenato (2011) se ha podido definir varios conceptos claves pertinentes a este estudio. Gracias a la información brindada por el departamento de talento humano de la institución bancaria objeto de estudio se puede determinar la efectividad de los planes de incentivos en el desempeño de los colaboradores, sin embargo, se ha considerado implementar acciones de mejora para su optimización, para se obtuvo información mediante la aplicación de entrevistas y encuestas.

INTRODUCCIÓN

La Gestión del Talento Humano (GTH) es de suma importancia ya que sin ella los colaboradores no tendrían respaldo por parte de la empresa. GTH, es el área encargada de velar que los derechos de los colaboradores se cumplan. Esta gestión varía en cada empresa, dependiendo de su cultura organizacional, sin embargo, las funciones más comunes son seis: Selección, Capacitación y desarrollo, acción social, Gestión de retribuciones, Nómina y Seguridad.

En 1875, Frederick W. Taylor, fue uno de los primeros en establecer los principios que sustentan que los trabajadores podrían mejorar la calidad de su trabajo si es que se les pagaba una remuneración extra de acuerdo a la cantidad de elementos que producían. Uno de los subsistemas del área de Talento Humano (TH) son las compensaciones que incluyen las remuneraciones y los incentivos, lo cual se vincula directamente con el bienestar de los empleados e influye en su desempeño.

La importancia de este tema radica en analizar el plan de incentivos que utilizan las instituciones financieras, y cómo esos incentivos influyen en el desempeño, se investigará a través de la información otorgada por la empresa, mediante encuestas, entrevistas y evaluaciones de desempeño. Las compensaciones e incentivos ejercen influencia sobre la motivación de los colaboradores es por esto que en aquellas empresas en las que no se aplican planes de motivación para los empleados existen problemas en la efectividad de su producción o en la calidad de sus servicios y esto se ve reflejado en los resultados de las compañías, ya sea en metas no alcanzadas o en pérdidas financieras. El objetivo de los planes de incentivos es generar fidelidad de los empleados hacia la empresa produciendo en ellos un sentido de pertenencia que los hará sentir más comprometidos con la compañía y por

lo tanto con la consecución de sus objetivos. Es importante mencionar que estos planes de incentivos deben ser aplicables y reales, ya que establecer promesas que no se cumplan ejercería efectos mucho más negativos incluso sobre la confiabilidad de la empresa.
El analizar los planes de incentivos en una organización es de mucha utilidad, puesto que al tener el estímulo adecuado que responda a las necesidades y expectativas de los colaboradores, estos sentirán motivados y de esta forma su desempeño se verá afectado notablemente, al realizar sus actividades laborables con mayor eficacia y eficiencia. Los beneficios serán para los empleados, ya que sentirán que su trabajo está siendo pagado de forma justa y se reconoce su labor. Otro grupo beneficiado serán los empleadores, ya que al mejorar la calidad del trabajo por parte de los colaboradores se reflejará directamente sobre los resultados de la empresa. Las partes que se benefician de este sistema de plan de incentivos son tres los trabajadores, los empleadores y los clientes; quienes se benefician directamente son los empleados y los empleadores e indirectamente los clientes.
Es necesario verificar la necesidad existente de los colaboradores de la institución bancaria, y verificar si los incentivos que se aplican actualmente están generando los resultados esperados o si requieren alguna modificación. Para que sea una situación óptima se debe analizar todas las partes implicadas tanto a colaboradores como al área de Talento Humano para así poder determinar si es una situación óptima o no.

En la institución financiera de estudio se aplican distintos planes de incentivos en todas las áreas, la mayoría de ellos buscan que los colaboradores mejoren en la atención y captación de clientes, para lo cual se otorga una remuneración extra al sueldo. Estos planes de incentivos tienen también su lado de negativo ya que no se aplica para todas las áreas del banco. Los trabajadores tienen la necesidad de que su trabajo sea reconocido, ya sea por medio de incentivos económicos, escritos o formales. Por lo cual, surge la pregunta: ¿Cómo inciden los Planes de Incentivos en el desempeño de los colaboradores de la institución bancaria en estudio? Para ello, el objetivo central de la investigación consiste en analizar la incidencia de los Planes de Incentivos en el desempeño de los colaboradores, a fin de plantear acciones de seguimiento y evaluación que permita su mejoramiento continuo.

DESARROLLO

1. Incentivos

Se debe establecer la diferencia entre salario e incentivo, ya que ambos conceptos suelen confundirse. El salario es un elemento fijo e invariable que percibe el colaborador; mientras que un incentivo es definido como un elemento intangible y variable que se relaciona intrínsecamente con el bienestar del empleado. Los incentivos están relacionados con seguridad, salud, reconocimiento, bonificaciones económicas, capacitaciones, entre otros y se otorgan cuando se quiere premiar el trabajo o esfuerzo superior al usual (Neyra, 2018).
Ambos elementos, salario e incentivo forman parte de la remuneración total de las empresas e influyen en la motivación de los colaboradores, además producen efectos sobre la productividad, el rendimiento y su actitud hacia el trabajo. Los incentivos son un factor de motivación que generan resultados directos sobre el comportamiento de los empleados y mejora su eficiencia y la calidad de su trabajo. La Real Academia de la Lengua Española define el término salario como: “La totalidad de las percepciones económicas de los trabajadores, en dinero o en especie, por la prestación profesional de los servicios laborales por cuenta ajena, ya retribuyan el trabajo efectivo, cualquiera que sea la forma de remuneración, ya los períodos de descanso computables como de trabajo” (Real Academia

Española, 2019).
Según lo expuesto se establece que los incentivos son una parte importante para el talento humano, ya que están relacionados con el bienestar emocional de los colaboradores. Esto se debe a que generan un impacto directo sobre la motivación de los trabajadores y por lo tanto una fidelización mayor de los mismos hacia la empresa.

Tipos de incentivos
De acuerdo con (Caso, 2003), existen varios tipos de incentivos:

Según su naturaleza	Económicos No económicos
Según su variación	Positiva Negativa
Según sus resultados	Directos Indirectos
Según su destino	Personal directo Personal Indirecto

Figura 1: Tipos de incentivos, (Caso, 2003)

El presente caso de estudio se enfoca únicamente en los incentivos según su naturaleza. Los incentivos económicos son aquellos que premian el esfuerzo del empleado con una bonificación monetaria; mientras que los no económicos son beneficios de carácter social como reconocimientos, regalos o capacitaciones que se le otorgan al empleado. Una vez explicados los conceptos anteriores se procede a definir los planes de incentivos y su importancia.

1.1 Plan de incentivos

Un plan de incentivos es un subsistema de la gestión del talento humano que se enfoca en establecer programas que otorguen premios o sanciones a los miembros de las empresas (Ríos, Gómez, Martínez, Aguilar, & León, 2018). La importancia de los planes de incentivos radica en motivar e incentivar a las personas y generar en ellas un comportamiento proactivo en búsqueda de mejores resultados para la empresa. Existen 6 clasificaciones importantes de planes de incentivos (Chiavenato, 2011) que se mencionarán a continuación:

- Plan de bonificación anual: Es una cantidad de dinero acumulada al final de cada año que se le otorga a ciertos colaboradores dependiendo de su contribución con el desarrollo de la empresa.
- Reparto de acciones de la organización a los colaboradores: Como su nombre lo dice es el reparto de acciones a determinados colaboradores que sustituyen el pago con dinero por una bonificación con papeles de la compañía.
- Opción de compra de acciones: Las empresas subsidian una parte del valor de las acciones, lo que hace que estas disminuyan su valor para que sean más accesibles para los empleados.
- Participación de los resultados alcanzados: Es un porcentaje que se le otorga a los empleados dependiendo de los resultados alcanzados por la empresa.
- Remuneración por competencia: Es la remuneración que premia determinadas habilidades técnicas o competencias necesarias que se implementen para conseguir el éxito de la organización.

- Reparto de utilidades: Actualmente esta es una obligación para aquellas empresas que las generen.

Las clases de incentivos mencionadas anteriormente buscan que el colaborador se sienta mayormente motivado y que trabaje de forma eficiente, siempre en pro de los objetivos de la empresa. Los planes de incentivos otorgan varios beneficios tanto para los empleados como para las empresas siempre y cuando estos fomenten la productividad del trabajador, son fáciles de comprender para los empleados y generen resultados positivos en las empresas.

Frederick Taylor buscaba siempre un equilibrio entre los logros de las empresas y de los trabajadores. Las empresas siempre van a buscar mejorar su productividad y rendimiento siempre y cuando el costo no sea significativo. Normalmente el objetivo del empleado es que su salario incremente. El encontrar un equilibrio entre ambas partes llevó a Taylor a la conclusión de que, al mejorar la situación de la empresa, mejoraba también la de los empleados (Gestion.org, 2018).

- Mejora la productividad: El nivel de esta dependerá siempre del nivel actual, sin tener conocimiento de la situación actual no se podrá realizar una comparación.
- Se controla mayormente la producción: porque se analiza mejor control de mano de obra y se controla más el tiempo que se invierte en la producción.
- Se mejoran también los métodos de trabajo una vez que se conocen los puntos del beneficio anterior, ya que se descubren deficiencias

Evaluación de un plan de incentivos

La evaluación de un plan de incentivos consiste en determinar si efectivamente es óptimo o no. Según (Caso, 2003), se deben considerar los siguientes pasos:

- Determinar qué objetivos pretenden conseguir implementando planes de incentivos, con el fin de analizar después de cada período si se consiguieron. Los objetivos más importantes de las compañías son los económicos y sociales. Los objetivos económicos se enfocan en justificar la inversión que hace la empresa y los objetivos sociales son aquellos que dependen del efecto que genera el aumento del salario o la implementación de un plan de incentivos en los colaboradores.
- Evaluar la rentabilidad del incentivo. - Un incentivo es rentable cuando su costo produce algún beneficio. Esto quiere decir que, si el beneficio es mayor al costo de la bonificación, es un incentivo rentable y se debe seguir aplicándolo en la empresa.

“Los incentivos más eficaces son aquellos que permiten al trabajador lograr una elevada remuneración, lo que sin duda permitirá a la empresa alcanzar un alto resultado” (Caso, 2003. Pág 22). A los empleados les interesa obtener bonificaciones de altos valores, ya sean económicas o sociales. Un ejemplo de incentivo social alto es un ascenso. Este tipo de incentivos son los más recomendados para empleados que superen las expectativas en sus puestos de trabajo, por lo que la consecución de ellos implica mucha competitividad con otros miembros de la empresa.

2. Desempeño laboral

El desempeño laboral son acciones o comportamientos de los colaboradores que influyen directamente en los resultados de las empresas. Todos los planes de incentivos que se apliquen en las compañías van a repercutir directamente en el desempeño de los colaboradores (Chiavenato, 2011). Por ello, es importante analizar el desempeño laboral en

las organizaciones porque es un instrumento que ayuda a verificar si el empleado está cumpliendo con los objetivos de la empresa. Los planes de incentivos son una herramienta que permite mejorar el desempeño laboral de los empleados.

(Stoner, 1994) define el desempeño como la forma en la cual los colaboradores trabajan de forma eficaz para alcanzar objetivos en común, anticipados con anterioridad por la empresa y es importante porque ayuda a establecer si un empleado está apto para un puesto o no. Además, en muchas ocasiones permite determinar en qué áreas debe mejorar el trabajador, para ello, son importantes las evaluaciones de desempeño, las que se realizan entre seis meses y un año, dependiendo de la empresa.

2.1 Factores que influyen en el desempeño laboral

Para (Muñoz, Coll, Torrent, & Linares, 2006), los factores que influyen en el desempeño son cinco, de los cuales se aprecia que tres de ellos están relacionados con los incentivos.

- Sobrecarga de trabajo. - Cuando un trabajador se encuentra ejerciendo funciones extra que no corresponden a su puesto y por lo tanto aumenta su carga de trabajo se conoce como sobrecarga de trabajo. Esto ocasiona que el empleador no cumpla con los tiempos de entrega de sus labores y por lo tanto disminuye su rendimiento.
- Presión del tiempo. - Trabajar bajo presión o bajo períodos de tiempo muy cortos con una carga de trabajo excesiva que genera desmotivación en los empleados.
- Salario. - Si el salario no es acorde a la carga laboral o al puesto del trabajador, puede generar en los empleados desmotivación y poca fidelidad a la empresa.
- Clima organizacional. - La insatisfacción laboral es un síndrome común últimamente, ya que pocas empresas. El clima de la organización son elementos psicológicos que definen a una empresa y la diferencian de las demás. Es una definición colectiva que se ha creado a partir de interacciones sobre experiencias personales, que son conocidas por varias personas. (Muñoz, Coll, Torrent, & Linares, 2006)
- Inestabilidad laboral. - Un ejemplo de inestabilidad laboral es el no firmar un contrato con el empleado. Esta es una práctica muy recurrente en Ecuador. Otro ejemplo es el no afiliar al empleado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y que no pueda gozar de los beneficios que esto genera.

Se debe disminuir el impacto de los factores negativos y mejorar la calidad de los factores positivos antes mencionados para motivar plenamente a los empleados.

Materiales y métodos

El enfoque de la presente investigación es cualitativo, pues se busca caracterizar las variables de estudio: los planes de incentivos y el desempeño laboral de los empleados del área de Servicios Bancarios, para ello se han seleccionado métodos y técnicas apropiadas para la recolección de información de campo. El tipo de investigación es explicativo, porque permite identificar los aspectos positivos del plan de incentivos vigentes y aquellas falencias o ausencia de incentivos en función de las expectativas de los colaboradores, para luego contrastar su influencia en el desempeño. El método utilizado es el analítico ya que permite descomponer las partes que conforman las variables de estudio.

Las técnicas utilizadas son: la entrevista estructurada, para lo cual se ha diseñado una guía de diez preguntas abiertas aplicada a cuatro jefes (Jefe de agencia; jefe de servicios bancarios y dos jefaturas de talento humano); una encuesta de 10 preguntas de opción múltiple tipo liker para obtener la percepción de los colaboradores respecto a los incentivos recibidos y su relación con su desempeño. También se realiza el análisis documental de los resultados de

la evaluación de desempeño para correlacionar con las opiniones del personal.
El estudio se realiza en una institución bancaria de la ciudad de Guayaquil- Ecuador, que cuenta con 47 años de existencia y 89 agencias a nivel nacional. Para el presente estudio se ha seleccionado una de las agencias ubicadas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, ubicada en un centro comercial. De esta agencia se selecciona intencionalmente el área de servicio al cliente, en la cual se atienden un promedio de 200 clientes aproximadamente. Esta área la conforman diez personas.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En la entrevista a las jefaturas (Talento Humano; Servicios Bancarios y Jefe de Agencia) demuestran su conocimiento de los planes de incentivos y expresan que entre sus funciones está la responsabilidad de motivar a su personal. Indican que los incentivos benefician de múltiples formas a los colaboradores, que los beneficios de carácter social son más importantes que los beneficios económicos. Aquellos que prefieren los beneficios sociales mejoran su desempeño para obtener los mismos beneficios el año siguiente, otros que prefieren los beneficios económicos no siempre mantienen su desempeño alto, sino que es una curva. Cuando reciben esa bonificación extra sube su desempeño, pero a medida que pasa el tiempo va decreciendo hasta que reciban una nueva bonificación.
Los cuatro entrevistados responden que para verificar la efectividad de un incentivo sobre el desempeño de un colaborador existen dos herramientas. La primera son las evaluaciones de desempeño, que las revisan los jefes directos de cada área y luego estos son evaluados por jefes superiores hasta llegar a los miembros de la Directiva. La segunda herramienta son las evaluaciones 360 grados que son aplicadas desde este año. Estas evaluaciones consisten en que los mismos colaboradores califiquen a otros cinco empleados de su misma área.

Lo más importante a medir en una evaluación de desempeño es la productividad, según los cuatro jefes, pero eso no significa que los demás aspectos no son importantes. Los beneficios que se han generado al aplicar planes de incentivos han sido varios. El más importante ha sido que los colaboradores se encuentren felices en su lugar de trabajo y esto se demuestra en el estudio Great Place to Work, porque la institución bancaria ha quedado siempre en los primeros lugares los últimos cinco años y en el 2018 quedó en el primer lugar del ranking.

En cuanto a la conformidad de los incentivos actuales, dos indican que sí, mientras que dos expresan que no, porque se deben aplicar más estrategias para mejorar los planes de incentivos. La evaluación de desempeño se realiza una vez al año, en el período de enero a mayo y consiste en establecer siete categorías que dependiendo de las calificaciones otorgadas por los jefes hacia sus colaboradores determinan la situación actual sobre el desempeño de ellos.

Estas evaluaciones están ponderadas de tal forma que cada sub categoría tiene un puntaje determinado, y depende la calificación que se obtenga, la misma puede disminuir o aumentar. La calificación más alta de cada subcategoría es de 5,42 puntos, mientras que la más baja es de 1,31 puntos. La primera consiste en medir la orientación al logro; la capacidad de mantener un alto nivel de compromiso, eficiencia y productividad para lograr que los objetivos estratégicos se transformen en acciones que alcancen o excedan los resultados deseados en tiempo y calidad. En esta categoría 5 de 7 empleados obtienen calificaciones entre 5 y 5,42. La segunda categoría es el trabajo en equipo y colaboración, como la capacidad de

relacionarse, comunicarse, trabajar y colaborar de forma activa, integrada, eficiente y efectiva con sus compañeros y otras personas para cumplir los planes y objetivos requeridos por la organización. En esta categoría siete empleados obtuvieron calificaciones entre 3,68 y 5,42, lo cual determina que hay que tomar acciones para mejorar el trabajo en equipo.

La tercera categoría consiste en analizar el mejoramiento continuo, como la capacidad de buscar oportunidades y brindar permanentemente aportes para optimizar y/o mejorar procesos, sistemas y métodos actuales, a fin de promover y mantener los más altos niveles de servicio, calidad y eficiencia operacional. En esta categoría cinco de siete empleados obtienen calificaciones entre 3,68 y 5,42. Este indicador establece que hay que tomar acciones para incrementar la capacidad de mejoramiento para ayudarlos a salir de sus áreas de confort. Quizás se deba al miedo al cambio por parte de los colaboradores.

La cuarta categoría analiza el enfoque al cliente. Esta categoría consiste en demostrar entusiasmo e interés por identificar, comprender, anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos; proponiendo y entregando soluciones, productos y servicios que atiendan efectivamente y a tiempo sus inquietudes y excedan sus expectativas. En esta categoría 6 de 7 empleados obtienen calificaciones entre 5 y 5,42. La quinta categoría mide la innovación y consiste en analizar la capacidad para reconocer oportunidades, generar, apoyar e implementar ideas nuevas y creativas, de productos/servicios, procesos y estrategias, que se alineen a los Objetivos Organizacionales para agregar valor a los clientes y al Banco. En esta categoría los 5 de 7 empleados obtienen calificaciones entre 3,68 y 5,42. Este factor habría que estudiarlo más a fondo para realizar las mejoras respectivas, ya que quizás se deba a algún desconocimiento de los colaboradores o a que no sepan cómo reaccionar ante un problema.

La sexta categoría consiste en analizar la integridad de los colaboradores. Es ser ejemplo y actuar con alto nivel de responsabilidad, honestidad, cumplimiento y equidad en todos sus compromisos, decisiones y acciones. Casi todos los colaboradores obtienen calificaciones entre 5 y 5,42, lo cual indica que la mayoría tiene sentido de responsabilidad y honestidad al trabajar. La última categoría analiza la productividad, que estudia el cumplimiento de sus funciones, proyectos y tareas especiales que permitan aportar en la consecución de los objetivos del área y del banco. En esta categoría 6 de 7 empleados obtienen una calificación de 5 puntos. El séptimo colaborador obtuvo la calificación más alta, lo que indica que todos poseen altos niveles de productividad.

Opiniones de los colaboradores de la Agencia bancaria

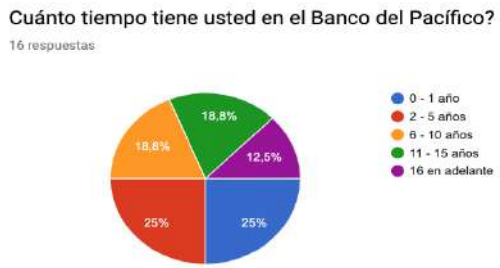


Figura 2
Fuente: Personal Servicios Bancarios
El mayor porcentaje de empelados tiene menos de 5 años, seguido de aquellos que tienen

entre 6 a 15 años, cada vez se incrementan los nuevos empleados por la apertura de agencias nuevas y a la vez oportunidades de ascenso y traslados en dependencia a la cercanía de sus domicilios. El banco brinda oportunidades a personas que no tienen experiencia y a aquellos colaboradores que estudian no se les ejerce ningún tipo de presión para dejar sus estudios, por el contrario, se les ofrece flexibilidad en los horarios para que concluyan los mismos.

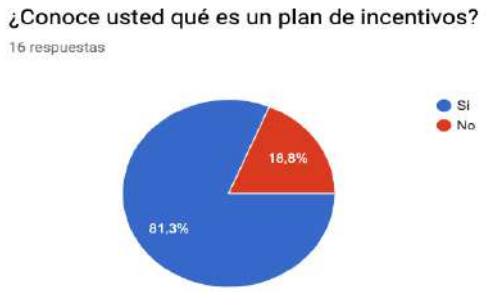


Figura 3
Fuente: Personal de Servicios Bancarios

El 81,3% indicó conocer lo que es un plan de incentivos, lo que nos muestra que la mayoría de colaboradores conoce sobre el tema. Esto nos indica que el banco se ha preocupado por informar a sus empleados sobre todos los asuntos inherentes a la empresa, incluyendo los planes de incentivos. Sin embargo, existe un porcentaje que determina no conocer qué es un plan de incentivos, este porcentaje coincide con el porcentaje de colaboradores que tienen menos de un año en el banco. Esto se debe a que en el proceso de inducción no se refuerza la explicación de los distintos beneficios con los que cuenta el banco.

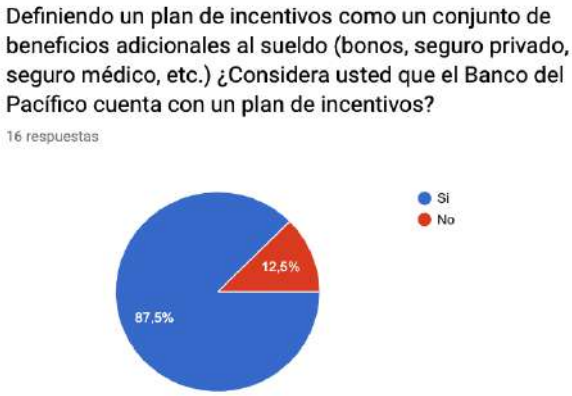


Figura 4
Fuente: Personal de Servicios Bancarios

La mayoría de colaboradores conocen que la empresa cuenta con un plan de incentivos, ya que en algún momento de su carrera han recibido alguno de estos, esto es muy favorable, pero hay un porcentaje que no tiene conocimiento. Todos deben saberlo

Figura 5
Fuente: Personal de Servicios Bancarios
Para el 75% de los encuestados es importante la aplicación de un plan de incentivos sobre la motivación en el desempeño, mediante lo cual se puede establecer que en algún momento han recibido un incentivo que los ha motivado a realizar mejor su trabajo.

Figura 6
Fuente: Personal de Servicios Bancarios

Solo el 31,3% de encuestados pudo identificar todos los incentivos. Un alto porcentaje, 31,3%, determinó que el banco solo aplica incentivos de reconocimientos, mientras que el 25% reconoce que los incentivos solo son económicos y el 12,5% que son solo sociales.

Figura 7
Fuente: Personal de Servicios Bancarios

Los resultados de esta pregunta nos indica que el 75% de los encuestados han participado en una evaluación de desempeño. El 25% restante indica no haber participado, esto se debe a que el 25% de los encuestados tienen menos de un año trabajando en el banco, como nos demuestra la primera pregunta. Las evaluaciones de desempeño que se realizan todos los años son importantes tanto para los empleados como para el banco, porque a los colaboradores les permite conocer en qué aspectos están fallando e igualmente a la empresa. Dependiendo de los resultados obtenidos, los jefes buscan planes de acción para mejorar el desempeño.

Figura 8
Fuente: Personal de Servicios Bancarios

La mitad de empleados consideraron que las evaluaciones de desempeño son efectivas, sin embargo, hay un alto porcentaje que considera que la efectividad es de un nivel medio y habría que analizar más a fondo a este porcentaje para mejorar en los aspectos que ellos consideren. Por último, el 12,5% considera que no son nada efectivas las evaluaciones de desempeño realizadas y el banco debería poner énfasis en esta población de colaboradores, ya que es un porcentaje alto que no se encuentra conforme con los planes de incentivos.

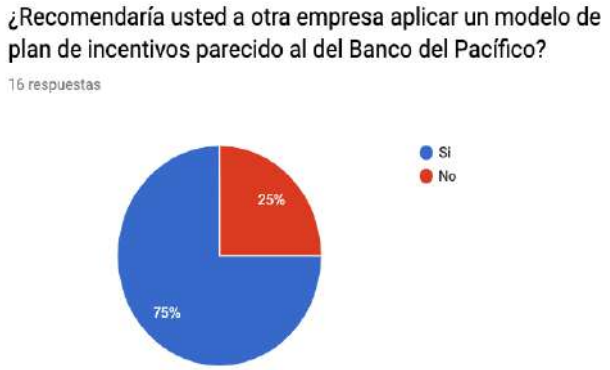


Figura 9
Fuente: Personal de Servicios Bancarios

El 75% considera que se debe recomendar el plan de incentivos aplicado en el banco a otras empresas, lo que permite determinar que se está aplicando un plan de incentivos que mantiene satisfechos a los colaboradores, pero sin dejar de lado los resultados de la pregunta anterior, ya que se puede dar el caso de que esta respuesta refleje únicamente una respuesta por compromiso y no coincide con la realidad de la pregunta anterior.

Figura 10
Fuente: Personal de Servicios Bancarios

Para la mayoría, el factor más importante a considerar en una evaluación de desempeño es la productividad, en segundo lugar, el trabajo en equipo y, en tercer lugar, el mejoramiento continuo y la orientación al logro, esto quiere decir que el banco da importancia a la productividad y establece medidas para mejorarla y lograr que todos los colaboradores puedan trabajar de la mejor forma.
Sin embargo, las áreas de integridad e innovación son las menos importantes para los colaboradores y a este punto se le debe prestar mucha atención ya que sin aspectos de innovación es difícil lograr mejorar el desempeño de los colaboradores. La integridad es un factor clave para una entidad financiera, por lo que es desconcertante que para los colaboradores del banco la integridad sea un elemento no muy importante.

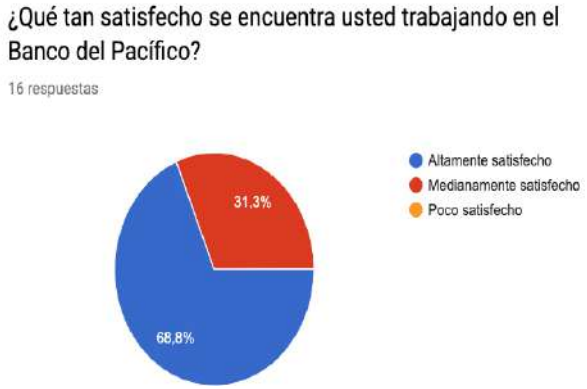


Figura 11
Fuente: Personal de Servicios Bancarios
Por último, la mayoría de empleados se encuentra satisfecho en el banco, a pesar que el 25% tiene menos de un año, lo que demuestra que el banco se preocupa de mantener motivado a su personal y parte de ello es su la cultura organizacional. En las evaluaciones de desempeño se comprueba que los planes de incentivos son altamente efectivos porque en las ponderaciones finales se logró obtener calificaciones altas, sobre todo en la sección de productividad, que es la que incide directamente en el desempeño de los trabajadores.

De acuerdo a los resultados de las entrevistas se comprueba que los colaboradores de las jefaturas del Banco del Pacífico tienen conocimientos acerca de los planes de incentivos y a la vez un alto porcentaje de empleados de rangos bajos y medios, determinan conocer sobre los planes de incentivos. Existe un porcentaje un poco alto de personal que no tiene conocimiento que corresponde a colaboradores que tienen menos de un año laborando. Esto

significa que hace falta informar de los planes de incentivos y la evaluación de desempeño.

Contrastando la información obtenida de las encuestas, entrevistas y evaluaciones de desempeño se puede comprobar que los planes de incentivos tienen una incidencia positiva sobre el desempeño de los colaboradores del Banco del Pacífico. Según la información recolectada, la mayor parte de entrevistados coinciden que el banco cuenta con dos tipos de incentivos, sociales y económicos, lo que tienen un efecto directo en el colaborador para mejorar su rendimiento. Un claro ejemplo es el bono vacacional mencionado, ingreso extra al sueldo. Adicionalmente al bono vacacional hay una serie de incentivos, mencionados por las jefaturas y son los siguientes:

- Todos los colaboradores del banco cuentan con seguro médico privado, adicional al del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), el cual incluye a los hijos y cónyuges con el mismo beneficio del empleado.
- Seguro de vida para el empleado, ya sea por muerte o por accidente.
- La remuneración variable son dos bonos que reciben los colaboradores a mitad y fines de año. Los beneficiarios son aquellos que obtengan los mayores puntajes en la evaluación de desempeño o evaluación 360. El banco no ofrece el pago de utilidades, este beneficio es el reemplazo de ellas.
- Todos los días festivos como día de la madre, del padre o del niño son celebrados en el banco con un regalo o fiesta infantil para los hijos de los colaboradores en el caso del día del niño.
- Todos los años el banco realiza una fiesta de fin de año.
- Todos los años se hacen campeonatos de fútbol y básquet.
- Guardería gratuita para los hijos de los colaboradores menores a 5 años.
- El banco ofrece beneficios (comisiones) a los colaboradores del área de servicio al cliente por colocar tarjetas de crédito nuevas.
- Cada vez que un colaborador ingresa un referido al sistema para adquirir una póliza o inversión, recibe bonificaciones.
- El Banco cuenta con una aplicación web llamada Intermático, en la que se puede realizar verificaciones de saldos, transferencias, pagos de servicios básicos, etc. Cada vez que el colaborador genera usuarios (clientes), será premiado por el banco con un diploma.
- On Board es una aplicación que permite aperturar cuentas de ahorro. El colaborador que aperture más cuentas a través de esta aplicación recibe un diploma y capacitaciones gratuitas.

Se pudo verificar que el personal del banco se encuentra satisfecho con los planes de incentivos aplicados actualmente, los jefes mencionaron que los niveles de fidelidad de los trabajadores a la empresa son bastante altos en todos los rangos, y eso es una muestra de que los planes de incentivos aplicados son efectivos. En cuanto a los resultados de las evaluaciones de desempeño son ponderados y se encuentran entre las más altas, lo cual les permite estar en el ranking de las mejores empresas para trabajar del Ecuador, con el primer lugar en el año 2018 (Premio Great Place to Work).

Acciones para fortalecer los planes de incentivos

De acuerdo a los resultados existen falencias en cuanto al conocimiento de los planes de incentivos en aquellos que tienen menos de un año. En el proceso de inducción se socializan los distintos incentivos, pero no se explica a fondo, ni se los promociona en forma continua.

Se debería dar más importancia para que los colaboradores asimilen mejor esta información y tengan presente. Una de las formas de reforzarlo es la difusión por mails corporativos o carteleras.

Los jefes de cada área, también pueden ser informantes, sin embargo, en muchas ocasiones ellos tampoco se enteran o no se encuentran lo suficientemente motivados, se debería trabajar en capacitaciones a ellos también. Un gran porcentaje de colaboradores indica que los planes de incentivos están más enfocados al nivel medio. Gran parte de estas opiniones son de colaboradores de más de 16 años trabajando en la institución, lo que demuestra inconformidad. Es importante analizar más a fondo a esta población, ya que deberían sentirse más comprometidos con la empresa al tener varios años en la misma. Habría que analizar si estas personas se encuentran en el mismo puesto hace varios años o si están en la empresa por conformismo.

Otra acción es equiparar los incentivos para que todos reciban los mismos o en la misma cantidad. Una forma de motivar a los colaboradores para mejorar su desempeño es establecer categorías con puntuaciones en distintos aspectos. Por ejemplo, si en la categoría “Servicio al cliente” un colaborador obtiene la puntuación máxima entonces su bonificación se otorgará sobre ese puntaje y aquel colaborador que tenga una puntuación menor, de la misma forma su bonificación será menor.

CONCLUSIONES

- Existen varios factores que impulsan la motivación y el sentido de pertenencia de los colaboradores. Este estudio se ha basado específicamente en la influencia de uno de ellos, los planes de incentivos que son acciones que planifican y llevan a cabo aquellas empresas que, preocupadas por su capital humano, aplican distintas estrategias como bonificaciones adicionales al salario, planes de recompensas, capacitaciones y otros beneficios, no obligados por la ley, para reconocer el desempeño de sus empleados.

- Para medir el desempeño laboral se utilizan las evaluaciones de desempeño. Estas son de muchísima importancia para las empresas porque les permite analizar el trabajo de sus colaboradores. Estas evaluaciones inciden sobre los resultados de las empresas, porque el alcance de los objetivos también se mide por este medio.

- Los colaboradores del banco poseen un alto grado de interés por los incentivos, la mayoría está al tanto de los beneficios. Según las evaluaciones de desempeño los colaboradores poseen altos estándares sobre el ámbito productivo. Sin embargo, existe un porcentaje de colaboradores (quienes tienen menos de un año) que demostraron poco conocimiento de los beneficios y aquellos que tienen más de 16 años no se encuentran totalmente conformes.

BIBLIOGRAFÍA

Alles, M. (2002). *Desempeño por competencias: evaluación de 360o.* Ediciones Granica SA.

Alles, M. (2011). *Diccionario de términos Recursos Humanos.* (Granica, Ed.) Buenos Aires, Argentina.

Álvarez, D., & Castro, C. (2001). Dirección de los recursos humanos estratégicos. *Revista Galega de Economía , 10* (01).

Arias, L., Portilla, L., & Castaño, J. C. (2008). Compensación y beneficios salariales; atracción y retención de trabajadores. (U. T. Pereira, Ed.) *Scientia Et Technica , XIV* (39), 265-268.

Banco del Pacífico . (s.f.). *Banco del Pacífico* . Recuperado el 4 de Junio de 2019, de www.bancodelpacifico.com

Capuano, A. (2004). Evaluación de desempeño. Desempeño por competencias. *Revista de investigación académica* (13), 139-150.

Caso, A. (2003). *Sistemas de incentivos a la producción.* Fundación Confemetal.

Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos El capital humano de las organizaciones.* México: McGraw-Hill.

Chiavenato, I., Mascaró, P., & Carmen, H. M. (2011). *Administración de recursos humanos.* México: McGraw-Hill Interamericana.

GESTION.ORG. (3 de Junio de 2018). *GESTION.ORG.* Obtenido de Incentivos salariales: aprende a diseñar un plan de incentivos para motivar a tus trabajadores: https://www.gestion.org/ayuda-video-dar-visibilidad-online-la-empresa/

Gil, J. (2007). *La evaluación de competencias laborales.*

Llanos, M. (2016). *La cultura organizacional: Eje de acción de la gestión humana.* Guayaquil, Ecuador.

López, J. (2005). Motivación laboral y gestión de recursos humanos en la teoría de Frederick Herzberg. *Gestión en el tercer milenio , 8* (15), 25-36.

Maslow, A. (1991). *Motivación y personalidad.* (E. D. Santos, Ed.) Madrid, España.

Mondy, W., & Noe, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos* (9na edición ed.). México: Pearson Prentice Hall.

Muñoz, E., Coll, J., Torrent, M., & Linares, L. (2006). *Influencia del clima laboral en la satisfacción de los profesionales sanitarios.* Elsevier.

Neyra, P. (2018). *Incentivos laborales: revisión conceptual desde la Psicología.* Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.

Real Academia Española. (1 de Junio de 2019). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de https://dle.rae.es/?id=X1gL4YQ

Ríos, M., Gómez, J., Martínez, D., Aguilar, D., & León, C. (2018). *Desarrollo de un plan de retención de capital humano.* Veracruz: Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz.

Stoner, J. (1994). *Administración* (5ta. Edición ed.). (E. P.–H. S.A., Ed.).

005. CROWDFUNDING: AN ALTERNATIVE OF COLLECTIVE FINANCING FOR PROJECTS IN ECUADOR

Autores:

Pablo Ricardo San Andrés Reyes. Universidad Ecotec. Docente a tiempo completo. Ecuador. Magíster en Economía y Finanzas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. psanandres@ecotec.edu.ec

Ivonne Elizabeth Paredes Chévez. Universidad Ecotec. Investigadora Científica Académica. Profesional independiente. Ecuador. Magíster en Administración Tributaria en el Instituto de Altos Estudios Nacionales: Universidad de Postgrado del Estado. ivonnelizabeth.paredes@gmail.com

Abstract

The entrepreneur innovates with his project idea, which it is placed on a virtual platform and many people make their contribution in order to support entrepreneurship and make it real. This idea has marked a worldwide trend, and many developed and underdeveloped countries have adopted it, including a legal regulatory framework and adequate payment of taxes. The main objective of this research is to make a theoretical review on crowdfunding in the world, and analyze a new financing alternative for projects in the country. The investigation is exploratory with a qualitative methodology. Experts from national and international business and crowdfunding consultants developed interviews.

The benefits of this type of financing are: Saving time and many steps with procedures and paperwork, capital obtained is faster, and human collective that believes in those projects funds ideas. They obtains some reward or benefit for having helped someone to fulfill a dream, and it is an opportunity to develop businesses with high risk and capital need.

Key words: Crowdfunding, financing, projects, entrepreneurship and capital

RESUMEN

El emprendedor innova con su idea de proyecto, el cual es colocado en una plataforma virtual y muchas personas realizan su aportación con el fin de apoyar el emprendimiento y hacerlo realidad. Esta idea ha marcado tendencia a nivel mundial, y muchos países desarrollados y en vías de desarrollo la han adoptado, incluyendo un marco regulatorio legal para el tema y pago adecuado de tributos. El objetivo principal de esta investigación consiste en realizar una revisión teórica sobre crowdfunding en el mundo, y además analizar una nueva alternativa de financiación para proyectos en el país. La investigación es exploratoria con una metodología cualitativa, a través de entrevistas a expertos por parte de consultoras de empresas y crowdfunding a nivel nacional e internacional.

Los beneficios de este tipo de financiamiento son: el creador del proyecto ahorra tiempo y muchos pasos en tramitología y papeleo, consigue más rápido el capital, y sus ideas son financiadas por el colectivo humano que cree en sus ideales y obtienen alguna recompensa o beneficio de haber ayudado a alguien a cumplir un sueño, plasmado en realidad no sólo a nivel mundial sino en el país como oportunidad para desarrollar proyectos con alto riesgo y necesidad de capital.

Palabras claves: Crowdfunding, financiamiento, proyectos, emprendimiento y capital.

INTRODUCTION

Access to the digital world has allowed expanding the wave of the new way to finance projects for entrepreneurs in developed and developing countries, through a new modality called crowdfunding, which allows obtaining the capital needed to carry out the project in a short time, avoiding procedures of traditional banking, and even breaking geographically businesses obstacles.

It is necessary to understand that capital is obtained from the small contributions of many investors, who finance several projects. The entrepreneur proposes his investment alternative in a virtual network platform, the money is collected, the idea is materialized and replicated in other countries if necessary. The small investor reviews the platform, chooses the idea to finance the desired amount of capital, receiving some reward in the project, and the process is repeated. (Factory of Innovation of A Coruña, 2014).

This modality of financing through collective microfinance is defined as a mechanism of capital supply, through requests to groups of people through online platforms, and even mobile phones. (Jenik, I., Lyman, T., and Nava, A., 2017).
There are different styles of crowdfunding with specific purposes: social-activism, entrepreneurship, technology, culture, audiovisual, special wishes, travelling, family, and based on the category there are several virtual platforms for the project to be uploaded and become real.

Vargas, Dasari and Vargas, 2014 cited by Jenik, I., Lyman, T., & Nava, A., (2017) define 2 subcategories based on donations: personal campaigns and charity fundraising.
At 2012 between Spain and Latin American countries there were 67 crowdfunding platforms, but not all them worked creative projects according to Infocrowdsourcing census, 2013, 2014 cited by Binimelis, (2016), being Spain with the largest number of platforms and with a collection of 19.1 million euros in 2013. In Latin America 16.1 million euros were collected, positioning Argentina as one of the countries with the highest collection.
There were a great worldwide acceptance of the new way of obtaining large sums of money in a rapid and technological way by collective collaboration. Those projects were been considered by traditional banks high risk. Governments took legislative actions to use and control.

The legal framework in developed countries such as Spain, the projects have a limit of 1 million euros, so that investors can allocate more than 3 thousand euros in a year to projects. The platforms are controlled by CNMV[8].
In the United States the maximum limit is one billion dollars regulated by the Jobs Law[9]. (Factoría de Innovación de A Coruña, 2014).

> Philippidis, 2013 cited by (Sierra, 2018, p.134) explains that the Jobs Law exempts the application of registration regulations of the Securities and Exchange Commission of

[8] CNMV: Comisión Nacional del Mercado de Valores en donde las plataformas de financiación participativas deberán inscribirse según Ley 5/2015 de Fomento Empresarial en su artículo 53, del 27 de abril del 2015

[9] Ley Jobs: "Jumpstart Our Business Start-ups" en su título III aprobada en el Senado de los Estados Unidos y firmada por ex presidente Obama en abril del año 2012, en 30 de Octubre del 2016, Securities and Exhange Comission (SEC) aprobó las reglas para plataformas Crowdfunding

the United States related to operations for the sale of securities, financed by crowdfunding by companies that collect up to one million dollars in a 12-month period, or up to two million if the company has audited financial statements.

According to Rentería, (2016), in Latin America this modality has grown since 2009. The countries that use platforms the most are: Brazil, Mexico and Chile. In Spain, the most relevant are Lanzanos, Verkami, Ulule and Drip. Over the world Indiegogo, KickStarter and GoFundme are used.

The Verkami platform was created in 2010, the largest in Spain, which manages creative projects with a high success rate, getting more than 70% expected funding. In 2015, it has raised 18.5 million euros with 3699 projects, reserving 5% of each venture, in which the investor achieves a reward in exchange for his contribution. If the objective is not reached, no benefit are received, including the platform (Binimelis, 2016).
Among the most famous success cases is the “pebble” product through the KickStarter platform, with more than 70 thousand investors, requesting 100 thousand dollars and raising 10 million. The ubuntuedge product through the Indiegogo platform with 170 thousand contributors, and it got 13 millions. The brewdog beer product reached 67 thousand euros requested, 14 thousand investors and 106 thousand raised.
In a study from the United States, using a base of 48,500 projects with more than 237 million dollars, it was determined that successful crowdfunding projects depend on social networks and quality. Geographical location is associated with the type of project to raise funds. (Mollick, 2014).

The previous author states that although crowdfunding is too little studied, the legalization in the countries is a sign for observers of the fast-growing industry for new companies. The crowdfunding fraud rate is low and the growth rate is high due to the restrictions, platform administrators' rules and the ability to interact, encouraging investors and entrepreneurs.
According to the European Commission, 2016 cited by Jenik, I., Lyman, T., & Nava, A., (2017), crowdfunding is a method of financial innovation to finance projects with the contribution of many investors, through platforms connected by internet. Fundraising in small quantities and the use of digital technology are necessary for the development.

The frequent use of this modality of financing projects worldwide and especially in the European continent, North America and Latin America is due to the need of entrepreneurs, in seeking new strategies to get leverage for their projects.

The new way of raising capital through collective microfinance is attractive to investors because of the restriction of banking, cumbersome procedures and other factors that prevent them from achieving their business ideas, especially when it is the first time a person wants to request a credit, even when you are young and your business idea requires a lot of capital. For this reason, it is essential to conduct a theoretical research on crowdfunding in the world and analyze an alternative financing for projects in the country.

Golán, (2018), emphasizes that creative young entrepreneurs with no experience in the sector will be able to assess the viability of the project and promote it, since they have total control and freedom over their idea. They feel satisfied by the protection policies on the part of the government, in some cases from the owner of the platforms. In fact, they manage to form

virtual audiences with access to wide international public with an active participation, managing to approach the two extremes of the value chain, and connect with them even after achieving the goal of the project as a reward service.

Through new ways of materializing a project and the new fulfillment of the role of each of the components such as: the relationship of the University, Company and State emerges the fourth helix "Civil Society". Leydesdorff, 2012 cited by Sierra, (2018) argue that functional systems evolve, where civil society has given life to a source of non-existent financing, where a person with knowledge and experience in a specific sector can become a potential investor of several projects.

DEVELOPMENT

An exploratory research of the main crowdfunding platforms in the country was applied. A qualitative methodology was adopted as an analysis tool, through the review of various literary sources that includes investigations of scientific articles and books.

The study was based on a general global mapping of the platforms used in developed and underdeveloped countries, in order to know the operability and the application of this technology. Dávila, 1995 cited by Atehortúa & Zwerg, (2012) argues that the qualitative design is open, comprehensive, contains criteria oriented to validity, reliability, credibility, and also is strategic and interprets meanings, with dialectical determination of sense. The study phenomena needs be described in depth to understand.
Previous authors agree that the proper way to understand a phenomenon is to study the qualitative research in its full context. Krauss, 2005 cited by Atehortúa et al., (2012), establishes that there are multiple realities at the time of making this type of task.

According to Hernández, Fernández and Baptista, (2010), exploratory research is carried out when a study is poorly studied, in which in the literature review there are aspects not yet investigated, where new doubts arise that motivates to search from new perspectives. In fact, it serves to identify concepts, set priorities for future research, since there is currently little information about the topic.

Amador, 1998 cited by Gómez & Roquet, (2012) considers that the documentary review includes consultation, information contrast and analysis. From a qualitative approach, the literature review has more comprehensive and a less descriptive function, with a varied information and facts.
Atehortúa & Zwerg, (2012), mentions that the documentary research technique consists in extracting data, analyzing, reviewing and interpreting documents, which provide relevant information to understand the phenomenon from bibliographic, hemerographic and archival evidence.

The interview is a tool in qualitative research. Interviews and the surveys are ways to take information (Gómez & Roquet, 2012). In this case, a non-experimental cross-sectional design with non-probabilistic sampling was applied for convenience, through interviews to national and international business consultants and crowdfunding experts, which allowed an analysis of the main types of crowdfunding that exist, and know the reasons and considerations to take into account for the use of platforms in the country.

Crowdfunding strategy to develop your projects faster

According to Beaulieu and Sarker 2015 cited by Rentería, (2016), the term crowdfunding is: “A financial capitalization process based on internet platforms” and It has four types: “donations, investment by reward, loans with interest rates and investment in shares”. However, according to Bouncken, Komorek, and Kraus, 2015 cited by Rentería, (2016) requests depends on the type of platform, as well as Beaulieu et al, 2015 cited by Rentería, (2016) shows that the most used are those related to donations without reward.

Wheat, Wang, Byrnes and Ranganathan, 2013, cited by Molina and Sánchez, (2016) indicate that crowdfunding is the perfect method for entrepreneurs who can raise funds in small amounts from many people, regardless of their geographic location.

Freedman and Nutting, 2015 cited by Rentería, (2016), mention that ArtistShare platform for musicians got donations for the launch of their musical production, then expanded to other social activities and ventures. Mollick, (2014) emphasizes the importance of obtaining financing without intermediaries from financial institutions, in which he agrees with Larralde & Schwienbacher, 2010 cited by Mollick, (2014), due to the multitude of investors.

The entrepreneur, project, computer connected to an internet network, crowdfunding platform, investors and communication are the principal elements. Each project has a goal, and there are platforms that allow you to obtain all or nothing. Others that do not matter if you do not reach the goal, you can receive the money from the investment, even if you do not reach the goal with the “conserve collection” modality (Rentería, 2016).

The previous author also indicates that the operation starts when the entrepreneur uploads the project to the platform, and the administrators decide whether or not the project continues. According to Bouncken et al., 2015 cited by Rentería, (2016) the period of the deadline is important to reach the goal, and emphasizes that the owners of the project are the ones who must share commissions with the owners of the platforms and not the investors.

Investors can be people, companies and non-profit organizations. Bouncken et al., 2015; MIF, 2014; Gajda and Walton, 2013; Giudici et al., 2012; Nardo et al., 2008, cited by Rentería, (2016) show that investors can receive financial compensation if the goal is achieved and project financing is met.

Lending Club is a platform of loans, including personal. It is possible to obtain 40 thousand dollars quickly and easily. According to Beaulieu et al., 2015 cited by Rentería, (2016) establish that the platform has proven to be economically viable. Freedman and Nutting, 2015 cited by Rentería, (2016), mention that the investor can know characteristics of applicants with a more effective and faster process than traditional banking. The previous authors agree that the product is so attractive, even to insurance companies and investment funds.
Freedman and Nutting, 2015 cited by Rentería, (2016), additionally argue that a traditional process of a new business for an entrepreneur will take between eight and twelve months to find an angel investor, while with a good crowdfunding management the process can take weeks or days

The limitations and barriers of access to credit constitute the impetus for project owners to get microfinance through an alternative way. Young entrepreneurs need early investments, and they are useful for the growth of SMEs. The capital stimulates regional economies, and supports significant and valid causes within the system led by civil society.

Younkin and Kashkooli, 2016 cited by Sierra, (2018) mention that the financing of innovative projects through the direct relationship between project and private capital owners, creates a relationship of trust. Nowadays, there are non-profit foundations that through donations received; it is possible to fund disease research in the United Kingdom.
The following challenges are considered: inadequate legal frameworks, unapproved credit qualification models, limited access to technology, and lack of awareness and trust. (Jenik, I., Lyman, T., & Nava, A. , 2017).

Danmayr, 2014 cited by Rentería, (2016), points out that crowdfunding success is due to social networks and; Mollick, (2014) agrees that if investors are closer entrepreneurs to verify compliance of the successful campaign in which they invested, the geographical gap is reduced.

Ventures where the risk is high for the amounts needed for large projects, adding the fact that the probabilities to access credits for these types of products are limited, the use of new tools arises due to globalization and technological possibilities.

Technology is a key factor, according to Husack, 2004 cited by Binimelis, (2016). He indicates that the digital audiovisual represents an important role for cinematographic enterprises, with the effects of digitalization on traditional industry. The author also cites Gerber, Hui and Kuo, 2012; Sahm, Belleflamme, Lambert and Schwienbacher; in which they agree that resources obtained by collective financing works because the spectator public becomes an investment protagonist, so that these ideas can be performed.

Crowdfunding in developed and underdeveloped countries.

Tomta and Chiatchoua, 2009 cited by Molina and Sánchez, (2016), highlights the importance of business and companies for a country's economy. Sometimes due to its size and mainly the lack of capital for investment, it restricts its production and operability, which limits its competitiveness, so because of this problem, new options arise for entrepreneurship minds with business, social and artistic visions.

A World Bank study, 2013 cited by Jenik, I., Lyman, T., and Nava, A., (2017) argues that there is an opportunity for 344 million people in underdeveloped economies to participate in crowdfunding, as a way of credit.

According to Gajda & Walton, 2013 cited by Rentería, (2016), in Latin America a study of Massolution to 2013, revealed that North American platforms financed a total of 1.6 billion dollars with a growth rate of 105%, being donation and debt the most use, focusing on business and social projects.

Brazil (Catarse and Vakinha), Chile, Mexico (anchor) are the countries that use the platforms most in South America, and also Colombia and Argentina (Ideame) grew rapidly during 2011-2012.

In fact, the Ideame platform emerged in Chile in 2011 and expanded to Argentina where it has the largest presence, and to Colombia, Uruguay, Brazil, Mexico and the United States, financing more than one thousand projects in 2015, where the main participants are students from universities and companies (Binimelis, 2016).

Platforms have challenges, such as avoiding fraud, mitigating risks, inspiring confidence, minimizing conflicts of interest and protecting contributor rights. (De las Heras, 2013).
The proximity of donors in geographic location to the place where the project is carried out, affects the financing decision, according to Agrawal studies, 2010; H. Chen, 2009; Stuart and Sorenson, 2003 cited by Mollick (2014).

Payment is made through international platforms such as paypal and free market. According to Rentería, (2016), 43% do not allow investors from all over the world, while 57% of platforms do. Cooper, 1994 cited by Mollick, (2014), pointed out that any project planned and according to the expectation of success, can suffer problems of planning expectations. However, Rothwell, 1974 and Ulrich, 1995 cited by Mollick, (2014), agree that it can be aggravated when its complexity is increased.

Access to finance ignored groups or marginalized by the financial system, cheaper and safer products for the community, and the facility through digital investments are advantages for those seeking resources with their new project (Jenik, I., Lyman, T ., and Nava, A., 2017).

Crowdfunding in Ecuador

Astorga, A., & Morillo, J., (2010) indicated that since 2001 the economy has a new cycle of economic growth. The balance of credit granted by private banks from December 2002 to December 2007 had an increase of $ 4.5 billion equivalent to 10% of GDP in 2007, with an annual rate of 21%. After that, new ways of financing appeared that previously did not have access to credit, however interest rates remain very high for a dollarized economy.

The previous authors mention that fixed interest rates can generate negative aspects towards the financial system, reducing access to credit. Until 2006, financing for risky people because of age, sex and/or capacity of payment was given by IFI´S[10] of consume to medium and large microenterprises. In 2007, there is a reduction for private credit access, especially for people whose payment capacity has allowed them to receive small loans.

The setting of limits on interest rates charged by financial institutions has generated a sharp reduction in people's access to the financial system, especially for people with few economic resources and SMEs. As an effect, they go to informality to obtain loans or leave their entrepreneurial opportunities due to lack of credit. However, there are other financing modalities for entrepreneurs due to technological innovation and new businesses.

[10] IFI´S: Instituciones del Sistema Financiero

Creating a crowdfunding platform is also a business. There are platforms focused in scientific research, sports, music and art. Crowdfunding platform associations are being created as a strategic alliance.

According to Molina and Sánchez, (2016), the main obstacles for entrepreneurs are: limited access to technology, financing through loans and lack of specialized human resources. In Ecuador, the model of participation of massive investment and access to technology is the driving force to change paradigms, with adequate personnel that manages the networks and offers this type of service to train and collaborate with entrepreneurs, so that they can upload their projects to the platforms.

Crowdfunding is the door to obtain capital for a large number of projects. The size of the social network plays an essential role in the success of the projects (Mollick, 2014)
According to Cardon and Chen, 2009 cited by Mollick, (2014) indicate that scientific researchers have determined that higher quality projects are a key factor and are more likely to receive funds.

In the country, according to a study conducted by Tello, Romero and Jaramillo (2017), through the methodology of the author Mata, 2014, they used the assessment of 10 key factors to measure the effectiveness of a crowdfunding campaign, in which 15 experiences and sources of information were integrated.

The previous authors identified 4 platforms and one inactive in the period from 2014 to June 2017, with a total collection of $ 151,986.17, getting a success rate of 20%, raising over the goal by 13% and ascending to a total of $ 124,022, in which 76% of the projects relates to art, cinema and music. Acolítame platform have had a 50% of success rate, raising 4.1% above the target goal, with a collection of $ 1,370.17. The HazVaca platform achieved 14% of the target goal, reaching $26,494, with 73% of solidarity projects and 13% in music ones.

The average duration of the lucrative campaigns was 55 days and 64 for solidarity projects, with 86% in contributions below $ 100, and 40% with contributions of less than $ 20. Based on the rewards and amounts published by the 3 Ecuadorian platforms, there are 4 to 100 financiers per project. According to the Spanish Crowdfunding Association, 2014 cited by Tello, et al., (2017) the average is 143 financiers, which indicates that the community, as a civil society has a very important role in the fulfillment of the projects due to its contributions.
The previous authors indicate that the concentrations of the campaigns occur mainly in the city of Quito. Geographical distribution according to the projects place in provinces of Pichincha, Guayas, Imbabura and Esmeraldas. 35 projects are from Quito, 4 Guayaquil, 2 Cotacachi and 1 in Chamanga. The study revealed that 5 of 42 projects (12%) raised what it was planned and 88% didn´t reach the goal.

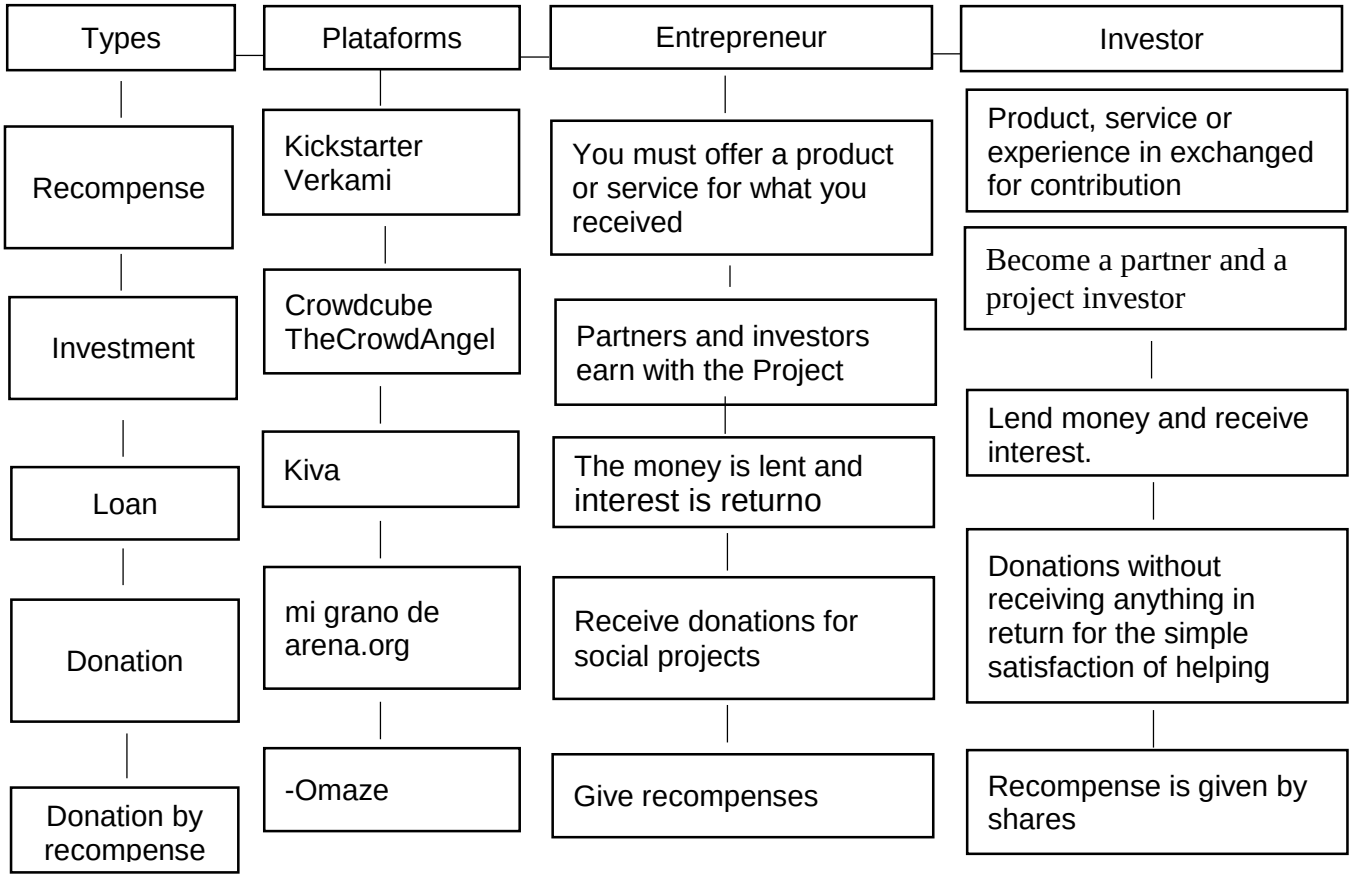
RESULTS

The research used a non-experimental cross-sectional design. Hernández, Fernández and Baptista, (2010) state that data is focused in a single time. Additionally, non-probabilistic samples were applied for convenience, despite don´t being representative. The data selection process considers the characteristics of the research according to aforementioned authors.

Interviews were developed to experts from national business and crowdfunding consultants, allowing analysis of the types of crowdfunding that exist, and knowing the reasons and considerations to take into account for the application of platforms in the country. The main results were:

According to the types of crowdfunding as detailed by Valenti Acconcia, Consultant Vanacco Crowdfunding, 2017 are 5: Recompense, investment, loan, donation and donation by recompense.

Graphic No. 1: Types Crowdfunding



Source: Valenti Acconcia, Vanacco Crowdfunding Consulting, 2017

Young entrepreneurs wish to know the new channel to fulfill their projects, especially if the process is free and technology needed, including creativity and innovation factor to understand new ways of obtaining resources. They also want to avoid long procedures, even if the project is so risky

Table 1: Crowdfunding in Ecuador for entrepreneur's projects

Reasons to apply Crowdfunding	Considerations to take into account
Lack of economic resources and strategies due to the country's economic situation.	To use the suitable platform, being this national or international, where Ecuadorians can participate as an entrepreneur or contributor.
To obtain economic leverage for projects in pre-operational phase and startup	The idea is placed on a public website, but if it is seen by a person who has the resources and can develop the project , you can lose the copyright
Generate a guarantee to realize your project	The platforms have their regulations and in some countries have crowdfunding laws, which protects the rights of all users.
To avoid traditional banking filters from a more holistic way	Manage platforms as a business opportunity and learning courses, by entrepreneurs
Investors or contributors receive recompenses. Global and local platforms have proven to be safe, giving trust and minimizing the risk of fraud.	Crowdfunding as a financing strategy, the country places a protective law, activates platforms legally to motivate growth, and support entrepreneurial projects

Source: Empresas Familiares Consulting-FAMBUSINESS SA. (2018)

Among the main results, it was researched that according to the different types of crowdfunding that the creator of the project decides to undertake through different platforms, the investor must select the one that best suits his/her idea, saving time in paperwork that generally requires traditional banking. It is useful to obtain desired capital and shareholders, even in the pre-operational phase, due to the confidence and minimum risk of fraud that has generated even for high-risk ventures.

CONCLUSIONS

The benefits of carrying out projects with crowdfunding are high, since those that have a high risk are feasible to finance them through this tool, and in that way financial inclusion can be achieved.

One of the restrictions that international platforms cannot be accessed is due to the regulatory framework for the prevention of money laundering and fraud that each country has. However, the legalization of crowdfunding in some countries allows us to take as a signal, for the growth of new companies under this modality.

In order to achieve success on the platforms, micro-financing sponsors are needed to guarantee the entrepreneurs' project. Cultural artistic ones are the most common because there is no banking product for these types of companies. At the local level, it is necessary to expand knowledge and access to technology to generate trust, in order that this type of investment can be expanded, in which the community as a civil society plays an essential role.

Collective financing in the country is recently a explored niche, so it needs social impulse for its expansion, access to electronic payment channels, campaign broadcasts in social media and networks, for its local and regional knowledge and application.
Young entrepreneurs need to know crowdfunding as a new tool with the purpose that they can apply it to finance their first project for free though technology factor, as an opportunity to break schemes towards the collection in which the community as a civil society fulfill an important supporting role.

Entrepreneurs, platform administrators, investors or contributors benefit due to access to technology. Investors can choose according to the type and style of crowdfunding, and the project they like. Some factors that influence their decisions according to researchers mentioned during the study are: geographical location, access to platforms, recompenses and donation limits per contributor to each project and on each platform.

It is a strategy that breaks with the traditional ways for which value is created. Liquidity is gained, with adequate design and control by the authorities. In addition, it is possible to finance large venture projects with high risk and ignore traditional banking

BIBLIOGRAPHY

Astorga, A., & Morillo, J. (2010). ACCESO AL CRÉDITO EN EL ECUADOR; RETORNO A LA REPRESIÓN FINANCIERA?. Centro de Investigaciones Económicas Universidad de las Américas

Atehortúa, F. H. R., & Zwerg-Villegas, A. M. (2012). Metodología de la investigación: más que una receta. *AD-minister*, (20), 91-111.

Binimelis, M. (2016). Los discursos de la financiación colectiva del audiovisual (crowdfunding): equilibrios y tensiones en torno a la democratización del audiovisual, 117 – 152

De las Heras Ballell, R. (2013). El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. *Revista Pensar en Derecho. Nº3*, *2*, 101-123.

Factoría de Innovación de A Coruña (2014). *CROWDFUNDING EL ARTE DE INNOVAR COOPERANDO.* Escuela de Organización Industrial. Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Deputación Da Coruña. (1-22)

Golán, M. L. (2018). Audiencias participativas: el poder de la multitud en tiempos de crowdfunding. *Revista Latina de Sociología*, *8*(1), 1-12.

Gómez, S., & Roquet, J. V. (2012). Metodología de la investigación. *México: Red Tercer Milenio*.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista Lucio, M. d. (2010). Metodología de la Investigación. D.F., México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.

Jenik, I., Lyman, T., & Nava, A. (2017). Crowdfunding and financial inclusion. *CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) Working Paper*.

Molina-Ycaza, D., & Sánchez-Riofrío, A., (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Pymes, Innovación y Desarrollo*, *4*(2).

Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, *29*(1), 1-16.

Sierra., J., (2018). La cuarta hélice y la financiación de la innovación. Journal of Economics: Finance and Administrative Science, Vol. 23 Issue: 45, pp.128-137. Recuperado de https://doi.org/10.1108/JEFAS-01-2018-0014

Rentería, C. (2016): Plataformas de crowdfunding en América Latina. Lima (1-68)

Tello, A., Romero, A., Jaramillo, C., (2017). LAS CAMPAÑAS DE CROWDFUNDING Y SU IMPACTO EN EL FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS LUCRATIVOS Y NO LUCRATIVOS EN ECUADOR. *Revista de Investigación Talentos IV* (Vol. 2) 55 – 62

006. ARGUMENTACIÓN TEÓRICA SOBRE LA PROPUESTA DE UN MODELO FINANCIERO SOSTENIBLE PARA PYMES

"Theoretical argument about the proposal of a sustainable financial model for SMEs"

Autor:
César Daniel Gutiérrez Alarcón
Universidad ECOTEC
Ecuador
cegutierrez@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se basa en poder formular un modelo financiero sostenible para PyMES, con la problemática poder indagar suficiente argumento teórico y sistemático. El objetivo general se desarrolla en un marco teórico y estado del arte, sobre el proceso de investigación científica para plantear el modelo financiero en mención, a través de establecer las relaciones entre estudios previos y estimular una formalización situada del contenido. La metodología de tipo cualitativo con alcance descriptivo, se basa en la revisión de artículos científicos, mediante una analogía comparativa por medio de la creación de tablas. Los resultados nos llevan a la conclusión del requerimiento de formalizar un modelo financiero que estimule el desarrollo social más la sostenibilidad del negocio, demandando nuevos modos de ejercer la administración empresarial.

Palabras claves: Justificación Sistemática, Sostenibilidad, Gestión Financiera, PyMES

ABSTRACT

This research project is based on being able to formulate a sustainable financial model for SMEs, with the problematic to find enough theoretical and systematic argument. The general objective is developed a theoretical framework and state of the art, on the process of scientific research to promote the financial model in question, through establishing the relationships between previous studies and a formalization of the content. The qualitative methodology within the descriptive scope is based on the review of scientific articles, through a comparative analogy through the construction of tables with supporting content. The results lead us to the conclusion of the necessity to formalize a financial model that stimulates social development plus business sustainability, demanding new ways of effecting business administration.

Keywords: Systematic Justification, Sustainability, Financial Management, SME

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este artículo es saber si existe la suficiente justificación teórica y sistemática para proponer un modelo financiero sostenible para PyMES (Pequeñas y Medianas Empresas) en el Ecuador, el cual no haya sido propuesto o desarrollado anteriormente. Este estudio permitirá desarrollar un marco teórico y estado del arte sobre el proceso de investigación científica para plantear el modelo financiero en mención.

Las explicaciones fundamentadas y argumentadas de las referencias respectivas aportarán al desarrollo científico relacionado con la base conceptual metodológica, necesarias en la gestión financiera de pequeñas y medianas empresas, mediante el establecimiento de las relaciones entre estudios previos con el fin de provocar una formalización orientada del contenido.

El contexto teórico general en el cual se ubica la temática propuesta hace referencia al enfoque contingente de la teoría moderna de administración (González Macías, 2015) ya que la adaptación empresarial ante los cambios del entorno es determinante para la estabilidad de una empresa en el mercado. A su vez la teoría de la dependencia de los recursos revisada por (Rueda Sánchez & Zapata Rotundo , 2018) donde se argumenta que, las empresas necesitan del entorno debido a la dependencia para generar todos los recursos y servicios necesarios, y se ven obligadas a establecer acuerdos y asociarse con el fin de sobrevivir.

En un análisis presentado por (Ayala Calvo & Alcalá Valentín, 2015) se indica que la supervivencia de las PyMES depende fundamentalmente de aprovechar sus recursos y capacidades específicas, permitiéndoles tomar decisiones rápidas y adaptarse rápidamente a un mercado en continuo cambio; donde la flexibilidad ha sido el factor más preponderante para adaptarse a los cambios. Otro elemento importante ha sido la capacidad para afrontar los problemas con mayor rapidez en relación a las empresas más grandes, donde las variables más sensibles han sido la estructura financiera y la gestión profesional de los trabajadores.

Otro aporte a la literatura son las teorías financieras: Pecking Order (Teoría de la Jerarquía) analizadas por (Pérez, Sattler, Bertoni, & Terreno, 2015); las teorías de la estructura de capital, del equilibrio estático y la teoría de la información asimétrica (Montero Flores, 2015); que sin importar el tamaño de la empresa, han sido consideradas como propuestas principales y fundamentales en las decisiones de la distribución de los recursos financieros para alcanzar un mejor funcionamiento de la organización, maximizando el valor de la empresa a los dueños o accionistas.

El estado actual del conocimiento del problema, refiere a: datos estadísticos (INEC, 2016) de fuentes oficiales, y diferentes estudios (CEPAL, 2016) sobre el éxito y fracaso de las PyMES (Santana , 2016), que muestren las dificultades principales afrontadas por estas empresas sobre deficiencia en procesos administrativos-financieros, problemas de liquidez y el acceso a los recursos financieros en la cantidad necesaria y en las condiciones de plazo y costos.

Tabla 2: Justificación Teórica

Tema	Autor	Año	Lugar	Palabras Clave
La Adaptabilidad Organizacional Desde El Enfoque De La Teoría De Contingencia Y La Escuela De Configuración (Organizational Fit from a Contingency Theory and Configuration School View)	Carlos Jesús González Macías	2015	Ciudad Juárez, Chihuahua, México	Adaptabilidad Organizacional, Contingencia, Escuela de Configuración
TEORÍA DE DEPENDENCIA DE RECURSOS: PREMISAS Y APLICACIONES	Mónica P. Rueda Sánchez y Gerardo J. Zapata Rotundo	2018	Santo Domingo, República Dominicana	Teoría de dependencia de recursos, entorno, control externo
Pymes resistentes a la crisis: factores relevantes	Juan Carlos Ayala Calvo y Javier Alcalá Valentín	2015	Bilbao, España	Factores de resistencia, crisis económica, Pymes.
BASES PARA UN MODELO DE ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO EN LAS PYME LATINOAMERICANAS	Jorge Orlando Pérez, Silvana Andrea Sattler, Martín Bertoni, Dante Domingo Terreno	2015	Bogotá, Colombia	Pequeñas y medianas empresas; capital; estructura financiera; riesgo de insolvencia
Disponibilidad y obtención del crédito de las PYME : evidencia del mercado peruano	Roberto Elías Montero Flores	2015	Cataluña, España	Estrategias inversoras, Instituciones financieras, crédito, Pyme
INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos	INEC	2016	Quito, Ecuador	N/A
CEPAL La Comisión Económica para América Latina y el Caribe	CEPAL	2016	Vitacura, Santiago de Chile	N/A

Determinantes de la supervivencia de microempresas en Bogotá: un análisis con modelos de duración	Leonardo Santana Viloria	2016	Bogotá, Colombia	Pymes, microempresas, modelos de duración, emprendimiento

Origen: Bases de Datos Científicas
Elaborador por el autor

A partir de esto surge la necesidad de documentar algunos estudios referentes a problemáticas financieras de las PyMES en el Ecuador, a través de un referente con países Latinoamericanos, y así recopilar información para otros estudios futuros en un marco de acotación sobre los factores que obstaculizan el ciclo de vida de este segmento de empresas. Sin embargo, en la presente verificación documental ejecutada, se observó que las problemáticas se plantean y analizan de manera separada, considerando la falta de un artículo vigente que agrupe todos los elementos. Por consiguiente ¿Será posible relacionar suficiente argumentación teorizante y metodológica, sustentando la propuesta de un modelo financiero sostenible para PyMES en el Ecuador?

2. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente artículo se elaboró una investigación de tipo cualitativa con un alcance descriptivo, basada en la revisión (Gómez Vargas, Galeano Higuita, & Jaramillo Muñoz, 2015) de artículos científicos publicados en el periodo 2013-2018, en algunas bases de datos como: Elsevier, ScienceDirect, ProQuest, Google Académico, SciELO, Redalyc y TDX; cuyo estudio estuviera dirigido a las problemáticas financieras de las PyMES en el Ecuador y adicionalmente se consideró como referencia, algunos países latinoamericanos como por ejemplo: Argentina, Chile, Colombia, México, Perú, entre otros.

Tabla 3: Referencia Metodológica

Tema	Tipo de Investigación	Unidades de Observación	Métodos e Instrumentos
El estado del arte: una metodología de investigación	Diseño cualitativo e interpretativo, de tipo documental	Definición, historia, propósitos-objetivos-fines del estado del arte, método-técnicas-estrategias, concepciones-teorías y teóricos o representantes	Muestra de 80 textos: 20 libros y 60 trabajos de grado en 2 matrices: una matriz bibliográfica y otra matriz analítica de contenido
Estado del arte sobre problemáticas financieras en pymes: estudio	Cualitativo con un alcance descriptivo	Problemáticas financieras de las pymes de algunos países latinoamericanos	Revisión de artículos científicos publicados en el periodo 2013-2017; Identificación de los elementos

para América Latina			representativos; y contraste comparativo por medio de la creación de matrices
El estado del arte en la investigación: ¿análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos?	Investigación documental, como construcción y apropiación del conocimiento	Estado del arte	Revisión de textos clásicos y artículos científicos

Origen: Bases de Datos Científicas
Elaborador por el autor

Para obtener los documentos que cumplieran con las características mencionadas, se filtró la búsqueda (Laitón Ángel & López Lozano, 2018) hacia aquellos documentos cuyas palabras clave, en inglés y español, estuvieran relacionadas con la temática de investigación, tales como: PyMES, problemáticas financieras, fracaso empresarial, crecimiento sostenido y demás. Una vez hecho esto, se dio paso a la identificación de los elementos representativos en cada uno de los artículos revisados, elaborando una lista de factores que incidían en la precisión de desarrollar un modelo financiero sostenible para PyMES.

El tratamiento de la información (GUEVARA PATIÑO, 2016) mediante un contraste comparativo por medio de la creación de matrices permitiendo identificar los temas comunes, permite clasificar y sintetizar los factores previamente analizados en tres grandes núcleos problemáticos, definidos como: Gestión Financiera, Sostenibilidad y PyMES. Con base en los núcleos problemáticos nombrados anteriormente, se dio lugar a la redacción del estado del arte, a partir de la consolidación de los hallazgos o ideas más relevantes de cada escrito.

3. RESULTADOS

A pesar de haber investigaciones sobre mejora de procesos administrativos (Felizzola Jiménez & Luna Amaya, 2014), alternativas de financiamiento (Bustos Contella, Ferrando Boladob, & Labatut Serer, 2013) y estructura de capital acordes a las PyMES (Mejía Amaya, 2014), actualmente no se ha desarrollado un modelo financiero general (Valencia Cárdenas, Tróchez González, Vanegas López, & Restrepo Morales, 2016) que se adapte a PyMES de todo tipo de actividad, y a su vez incentive el desarrollo social más la sostenibilidad del negocio.

En la disertación realizada por (Gallardo Millán & Avilés Ochoa, 2015) se establece que la toma de decisiones financieras a nivel estratégico en las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) requiere del control sobre la estructura de capital, la tasa de retención, la tasa de crecimiento y el rendimiento de capital ajustado por riesgo, para desarrollar estrategias generadoras de una ventaja competitiva. Los resultados señalan que el riesgo financiero

estratégico se identifica determinando la estructura de capital maximizadora del valor de las empresas.

Estudios como el de (Nova Santos & Duque Oliva, 2015) donde se plantea la operacionalización eficaz de la estrategia en PyMES colombianas, sugiere la utilización de herramientas de gestión estratégicas, tales como: Balanced Scorecard, Prospectiva estratégica, Gestión Hoshin, Navegador de Skandia y el Modelo EFQM de excelencia, seleccionando adecuadamente la herramienta respectiva dependiendo de la situación de la empresa. La investigación concluye que al reducir el desconocimiento de los conceptos básicos que componen la planeación estratégica por parte de los gerentes de PyMES, se reducirán igualmente los riesgos de retrasar el crecimiento sostenido y la competitividad.

Tabla 4: Resultados

Tema	Hallazgos Relevantes
Lean Six Sigma en pequeñas y medianas empresas: un enfoque metodológico	Se deben definir modelos financieros robustos para evaluar y priorizar los proyectos LSS; diseñar estrategias o modelos de cambio organizacional enfocados en la cultura de mejora Kaizen; y diseñar modelos de incentivos derivados de los ahorros financieros generados por los proyectos, con el fin de motivar a los empleados a participar en los procesos de mejora y hacerlos beneficiarios de los resultados obtenidos
El préstamo participativo, ¿tiene el mismo impacto que el capital riesgo en el crecimiento de la pequeña y mediana empresa?	Respecto al interés que puede suscitar en los empresarios de las PYME, este estudio aporta una apreciable información para ser utilizada en sus decisiones de financiación del crecimiento y, de este modo, puedan decantarse por la opción que consideren más adecuada a sus necesidades financieras
La estructura de capital en las medianas empresas del departamento de Boyacá, Colombia	El tipo de relación y su significancia muestran el importante efecto del apalancamiento como ayuda en el crecimiento de las empresas, y una señal favorable acerca de la situación financier de una empresa.
Modelo para el análisis de la quiebra financiera en pymes agroindustriales antioqueñas	De manera exploratoria, con un análisis longitudinal se encuentra que el porcentaje de empresas con problemas de eficiencia financiera tiene una tendencia ascendente con el paso del tiempo, haciendo imperativo aplicar más modelos de medición y control de riesgo
Estructura de capital y riesgo financiero: evidencia empírica en Pymes hoteleras	Cuando una empresa genera el potencial para tomar decisiones más rentables en el largo plazo, debido a que explota su conocimiento sobre la exposición al riesgo, puede extender sus periodos de crecimiento y expansión al reducir el costo financiero, incrementando tasas de retención y tasas de crecimiento, lo cual permite obtener

	mayores retornos sobre capital, y a su vez convertirse en una ventaja competitiva.
Desarrollo metodológico para la operacionalización eficaz de la estrategia en Pymes colombianas, una perspectiva teórica	Al reducir el desconocimiento de los conceptos básicos que componen la planeación estratégica por parte de los gerentes de Pymes como parte esencial en la dirección de sus compañías, se reducirán igualmente los riesgos de retrasar el crecimiento sostenido y la competitividad de las organizaciones
Predicción del fracaso empresarial. Una contribución a la síntesis de una teoría mediante el análisis comparativo de distintas técnicas de predicción	Los métodos de particionamiento recursivo son candidatos idóneos para el desarrollo de modelos para el análisis del riesgo financiero, dadas su naturaleza no paramétrica, el carácter explícito de sus reglas de clasificación, y las oportunidades de informatización
Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?	Los resultados señalan la necesidad de diseñar políticas dirigidas a empresas de menor tamaño, centrándose en la capacitación gerencial con el fin de mejorar el nivel de profesionalización, la información sobre líneas promocionales y el desarrollo de líneas de apoyo financiero
Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas	Se demuestra que a mayor utilización en la mipyme de prácticas de recursos humanos y de sistemas de control de gestión, mayor es la probabilidad de que la mipyme sea exitosa
Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador	Los resultados describen un impacto positivo y directo entre la aplicación de estrategias y prácticas de RSE sobre los resultados financieros del sector, en especial de los índices ROE y ROS

Origen: Bases de Datos Científicas
Elaborador por el autor

Según (de Llano Monelos, Piñeiro Sánchez, & Rodríguez López, 2016) el fracaso empresarial es un problema de permanente interés para un amplio conjunto de agentes económicos y sociales, cuyo requerimiento comprometido en finanzas es el diseño de modelos capaces de detectar rápidamente desequilibrios que pueden desembocar en fracaso. Los autores determinaron herramientas facilitadoras de evidencias útiles para mejorar la calidad de las decisiones y pautas generales para aumentar las oportunidades de supervivencia de empresas, que sufren tensiones o anomalías financieras; emitiendo predicciones fiables mediante cuatro variables con información acerca de rentabilidad, estructura financiera, rotación, y flujos de caja.

El aporte proporcionado en la investigación realizada por (Briozzo, Vigier, Castillo, Pesce, & Speroni, 2016) donde se estudian en especial las decisiones de financiamiento, tomando como marco el enfoque de jerarquía financiera, trade-off y ciclo de vida; se realiza test no paramétricos y test de independencia sobre las variables. Los resultados señalan la determinación de diseñar políticas dirigidas a empresas de menor tamaño, centrándose en la capacitación gerencial con el fin de mejorar el nivel de profesionalización, la información sobre líneas promocionales y el desarrollo de líneas de apoyo financiero.

En el artículo desarrollado por (Rocca Espinoza, García Pérez de Lema, & Duréndez Gómez-Guillamón, 2016) sobre actores determinantes del éxito competitivo en la MiPyME mediante un estudio empírico en empresas peruanas desde la perspectiva de la teoría de los recursos y capacidades de las empresas, se concluyó que conforme las MiPyMES tengan implantados sistemas de control de gestión más desarrollados y que apliquen prácticas de gestión de sus recursos humanos más eficientes, mayor será la probabilidad de tener éxito en el mercado, pudiendo diseñar y promover estrategias o políticas que favorezcan a su crecimiento y competitividad.

Por otra parte (PADILLA, AREVALO, BUSTAMANTE, & VIDAL, 2017) examinan la dependencia entre prácticas de responsabilidad social empresarial RSE y desempeño financiero de algunas empresas en Ecuador, donde a pesar de que la correlación entre las variables no muestra dependencia estadística significativa, puntualizan que sí existe una relación significativa entre el pilar de responsabilidad social y el rendimiento sobre las ventas o activos (ROS), y adicionalmente entre los pilares de responsabilidad económica y ambiental con respecto al retorno sobre el patrimonio (ROE).

4. CONCLUSIONES

En consecuencia y evidenciando la disposición de contrarrestar la problemática planteada, se puede concluir que no se ha planteado un modelo financiero sostenible para PyMES en el Ecuador. Sin embargo, la información encontrada, permite reflejar que existen teorías que justifican la exigencia de las empresas a estar preparadas para los cambios que afectan su gestión administrativa, y la dependencia del manejo eficiente de recursos financieros para subsistir en el mercado.

La utilización de bases de datos científicas para la búsqueda filtrada según las palabras claves establecidas permitió recolectar la información disponible según el objeto de estudio, con la particularidad de que en Ecuador no hay suficientes trabajos académicos sobre la problemática propuesta, por lo que se trabajó con las observaciones pertinentes de país latinoamericanos. Es importante mencionar que sólo se pudo referenciar documentos de libre acceso, debido a limitantes de recursos disponibles necesarios y tiempos requeridos para la investigación.

Dentro de la revisión sistemática del estado del arte y sus resultados, la necesidad de realizar un modelo financiero que estimule el progreso social más la sostenibilidad del negocio, como ya lo apuntaba el marco contextual para una buena dirección en las PyMES; demanda nuevos modos de ejercer la conducción empresarial desarrollando estrategias generadoras de valor agregado, métodos y técnicas innovadoras, diseño de políticas y regímenes de control de gestión, tomando en consideración la dependencia de procedimientos de RSE y su relación con el desempeño financiero.

REFERENCIAS

Ayala Calvo, J. C., & Alcalá Valentín, J. (2015). PYMES RESISTENTES A LAS CRISIS: FACTORES RELEVANTES/SMES RESILIENT TO THE CRISIS: RELEVANT FACTORS. *BOLETIN DE ESTUDIOS ECONOMICOS*, 5-29.

Briozzo, A., Vigier, H., Castillo, N., Pesce, G., & Speroni, M. (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamano˜ y la forma legal? *Estudios Gerenciales*, 71–81.

Bustos Contella, E., Ferrando Boladob, M., & Labatut Serer, G. (2013). El préstamo participativo, ¿tiene el mismo impacto que el capital riesgo en el crecimiento de la pequeña y mediana empresa. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 43-49.

CEPAL. (2016). Inclusión financiera de las pymes en el Ecuador. *Series de la CEPAL*, 49.

de Llano Monelos, P., Piñeiro Sánchez, C., & Rodríguez López, M. (2016). Predicción del fracaso empresarial. Una contribución a la síntesis de una teoría mediante el análisis comparativo de distintas técnicas de predicción. *Estudios de Economía*, 163-198.

Felizzola Jiménez, H., & Luna Amaya, C. (2014). Lean Six Sigma en pequeñas y medianas empresas: un enfoque metodológico. *Revista chilena de ingeniería*, 263-277.

Gallardo Millán, L. A., & Avilés Ochoa, E. (2015). Estructura de capital y riesgo financiero: evidencia empírica en Pymes hoteleras. *Revista Global de Negocios*, 1-10.

Gómez Vargas, M., Galeano Higuita, C., & Jaramillo Muñoz, D. A. (2015). El estado del arte: una metodología de investigación. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales 6(2)*, 423-442.

González Macías, C. J. (2015). La Adaptabilidad Organizacional Desde El Enfoque De La Teoría De Contingencia Y La Escuela De Configuración (Organizational Fit from a Contingency Theory and Configuration School View). *Revista Global de Negocios, v. 3 (4)*, 69-81.

GUEVARA PATIÑO, R. (2016). El estado del arte en la investigación: ¿análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos? *Revista Folios*.

INEC. (2016). Estadísticas Económicas. Ecuador.

Laitón Ángel, S. Y., & López Lozano, J. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras en pymes: estudio para América Latina. *Revista EAN, 85*, 163–179.

Mejía Amaya, A. F. (2014). La estructura de capital en las medianas empresas del departamento de Boyacá, Colombia. *Revista Apuntes del CENES*, 185-206.

Montero Flores, R. E. (2015). Disponibilidad y obtención del crédito de las PYME : evidencia del mercado peruano. *Tesis Doctoral.* Universitat Politècnica de Catalunya, Catalunya.

Nova Santos, L. C., & Duque Oliva, E. J. (2015). Desarrollo metodológico para la operacionalización eficaz de la estrategia en Pymes colombianas, una perspectiva teórica. *Criterio Libre • Vol. 13 • No. 23*, 165-199.

PADILLA, C. P., AREVALO, D. X., BUSTAMANTE, M. A., & VIDAL, C. L. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. *Inf. tecnol. [online]*, 93-102.

Pérez, J. O., Sattler, S. A., Bertoni, M., & Terreno, D. D. (2015). Bases para un modelo de estructura de financiamiento en las pyme latinoamericanas. *Cuadernos de Contabilidad*, 179-204.

Rocca Espinoza, E., García Pérez de Lema, D., & Duréndez Gómez-Guillamón, A. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Contabilidad y Negocios (11) 22*, 52-68.

Rueda Sánchez, M. P., & Zapata Rotundo , G. J. (2018). TEORÍA DE DEPENDENCIA DE RECURSOS: PREMISAS Y APLICACIONES. *Ciencia y Sociedad*, 75-92.

Santana , L. (2016). Determinantes de la supervivencia de microempresas en Bogotá: un análisis con modelos de duración. *Innovar Journal*, 51-62.

Valencia Cárdenas, M., Tróchez González, J., Vanegas López, J. G., & Restrepo Morales, J. A. (2016). Modelo para el análisis de la quiebra financiera en pymes agroindustriales antioqueñas . *Apuntes del CENES*, 147-168.

007. INCIDENCIA DE LOS PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LAS EMPRESAS CONSULTORAS: BEST TALENTS CONSULTING.

Autores:

Ing. Víctor Tenecela González
vtenecela@hotmail.com

Mónica Llanos Encalada. PhD.
mllanos@ecotec.edu.ec; monicallanos@hotmail.com

RESUMEN

Se presenta un análisis del proceso de selección, servicio que brinda la consultora en Gestión de Talento Humano *Best Talents Consulting*, para determinar su incidencia en la satisfacción del cliente. Para ello se busca la opinión de clientes activos e inactivos. Se determina el nivel de satisfacción del servicio contratado por parte de los clientes. También se obtiene la opinión de gerentes y colaboradores que participan en el proceso mencionado. De la información obtenida se evidencia que los procesos de selección actuales, a pesar de ser eficientes, tienen falencias en el tiempo de entrega, lo cual influye directamente en la percepción del cliente sobre el servicio contratado. El autor plantea mejoras para esta problemática, las cuales se sustentan en los postulados de calidad de “De La Hoz”, lo cual va a permitir mejorar la calidad del servicio de selección de personal que la consultora ofrece a los clientes.

INTRODUCCIÓN

Uno de los subsistemas de la Gestión de Talento Humano (GTH) más importantes es el reclutamiento y selección de personal, más aún cuando este servicio lo ofrece una consultora en GTH, por ello es necesario comprender el nivel de calidad y el impacto que tienen estos servicios ofertados, en la satisfacción del cliente.

Actualmente las organizaciones buscan estandarizar sus procesos para obtener resultados más eficaces y eficientes. Tener procesos claros permite ejercer mayor control sobre los mismos, así como establecer indicadores de medición, para el cumplimiento de objetivos. Al estandarizar los procesos, se puede establecer medidas correctivas frente a los inconvenientes que surgen durante la ejecución de procedimientos, esto permite estar preparados para asumir cualquier reto e incluso tener un plan de contingencia adecuado.
La selección es la puerta de entrada del personal que va a formar parte de las organizaciones, por lo cual constituye una gran responsabilidad para las empresas consultoras, pues los clientes quieren la garantía de contar con el personal idóneo para su organización y que se vea reflejado no sólo durante el proceso, sino también a mediano y largo plazo. Pese a la importancia de la selección de personal, no existe una normativa de calidad. Por su esencia este proceso suele presentar situaciones que requieren tomar decisiones inmediatas y en algunos casos, cambiar el rumbo del procedimiento. Esto repercute en la eficacia del proceso y genera disconformidades con las personas que requieren del mismo.

La satisfacción del cliente en el antes y después del servicio contratado es un factor fundamental para crear relaciones comerciales estables y duraderas, e incluso llegar a nuevos clientes, al ser referidos por la calidad del servicio ofrecido. Por tal motivo es importante que las organizaciones que se dedican a este tipo de negocio cuenten con un sistema efectivo que les permita determinar el nivel de satisfacción que tienen los clientes sobre el servicio contratado.

En la organización de estudio, se han detectado deficiencias en los servicios, entre ellos el retraso en los procesos de selección para los distintos tipos de clientes o cuentas claves que se mantienen. El retraso en la entrega de procesos de selección puede darse por días o incluso semanas. Esta demora repercute en la percepción que tienen los clientes sobre el servicio y por consiguiente genera inconvenientes en las relaciones comerciales entre la consultora y la empresa contratante del servicio, frente a esta situación, surge la pregunta ¿Cómo inciden los procesos de selección de personal en la calidad de los servicios de las empresas consultoras de Gestión del Talento Humano?

Por ello el objetivo de la investigación es analizar la incidencia de los procesos de selección de personal, en la calidad de los servicios de las empresas consultoras, con la finalidad de plantear mejoras que contribuyan en la satisfacción de los clientes. El beneficio principal de la investigación responde a la oportunidad de detectar falencias para mejorar este proceso, el cual es la principal fuente de ingresos de BTC. Una vez realizados los correctivos necesarios, se espera mejorar la calidad del servicio ofrecido y por lo tanto fidelizar los clientes.

1. La Gestión del Talento Humano

La Gestión de Talento Humano (GTH) hace referencia a la dirección de personas en las organizaciones con la finalidad de administrar su trabajo (Chiavenato, 2009). El término "Gestión del Talento Humano" fue utilizado por primera vez por Dave Watkins, uno de los primeros CEO de *Softscape*11, quien plantea que las empresas deben tomar en consideración todas las aristas de la GTH para alinear sus recursos con sus objetivos organizaciones (Kutik, 2008).

La GTH está directamente relacionada con las decisiones y acciones directivas, las cuales influyen en los colaboradores y en las estrategias organizacionales, y como consecuencia el logro de los objetivos planteados por los mandos altos de una organización (Santos, 2010).

Es importante que las organizaciones de hoy en día vean a sus colaboradores como socios estratégicos con una visión compartida. Según Chiavenato (2009) para que un proceso productivo sea exitoso debe contar con la participación de diversos socios, quienes aportan con algún tipo de recurso para alcanzar el crecimiento o implementación de esta. Este aporte puede ser tangible como el dinero o intangible como el conocimiento. En el caso de los empleados aportan a la organización con sus conocimientos, habilidades y talento[12]. Para gestionar el Talento Humano (TH), se deben considerar tres aspectos fundamentales (Chiavenato, 2009):

- Las personas son seres humanos; con distintas: personalidades, conocimientos, destrezas y capacidades los cuales se vuelven importantes al momento de manejarlos como recursos organizacionales.
- Las personas son la fuente que impulsa los recursos organizacionales, esto permite que una organización funcione.
- Son parte de los grupos de interés de la organización, las personas invierten su esfuerzo dedicación, compromiso y riesgos, esperando un retorno proporcional a la medida que usan estos recursos.

1.1 Procesos de la Gestión de Talento Humano

La GTH está conformada por procesos claves que en conjunto su objetivo es atraer, desarrollar, motivar y retener a los colaboradores en una organización. Hoy en día las empresas ven estos procesos como una pieza clave para volverse más competitivas en el mercado, ya que obtener y mantener el mejor TH, permite que una organización esté preparada para enfrentarse a situaciones complejas (Barcelo, 2019).

Para Chiavenato (2009), la GTH está conformada por 6 procesos principales:

---

[11] **Softscape**: Es la empresa líder a nivel mundial que brinda servicios complementarios para el manejo de personal a través de su software más conocido como HRMS (Human Resources Management System). Actualmente tiene presencia en más de 150 países a nivel mundial y más de 2000 empresas entre ellas Sony y 7-Eleven. (Bonadio, 2010)

[12] **Talento**: Del latín *talentum*, la noción de talento está vinculada a la aptitud o la inteligencia. Se trata de la capacidad para ejercer una cierta ocupación o para desempeñar una actividad. El talento suele estar asociado a la habilidad innata y a la creación, aunque también puede desarrollarse con la práctica y el entrenamiento.

- Reclutamiento y selección: Proceso mediante el cual la organización busca y selecciona al talento adecuado de acuerdo con las necesidades que se tienen, también conocido como la admisión de personas.
- Aplicación de personas: Proceso que se encarga de diseñar o establecer las actividades que el colaborador realiza en su puesto de trabajo, también incluye el diseño organizacional de la posición dentro de la empresa, análisis y descripción de cargos y evaluaciones de desempeño.
- Compensación de personas: Procesos para incentivar a las personas de manera que reciban una retribución por su trabajo, esto les permite satisfacer sus necesidades. Estos procesos incluyen recompensas económicas y programas de bienestar.
- Desarrollo de las personas: Este proceso se enfoca en otorgar información básica para que las personas puedan aprender nuevas actitudes, soluciones, ideas y conceptos que modifiquen sus formas de actuar y pensar y lo cual permitirá mejorar su desempeño
- Mantenimiento de Personas: Son los procesos utilizados por las empresas para crear condiciones satisfactorias, estas pueden ser psicológicas como en el caso del salario emocional o recompensas no remunerativas y de entorno como en el caso de la seguridad ocupacional e Higiene.
- Monitoreo de personas: Estos procesos están relacionados al control y administración del talento humano, pero dándole un enfoque a lo resultados y cumplimiento de tareas asignadas.

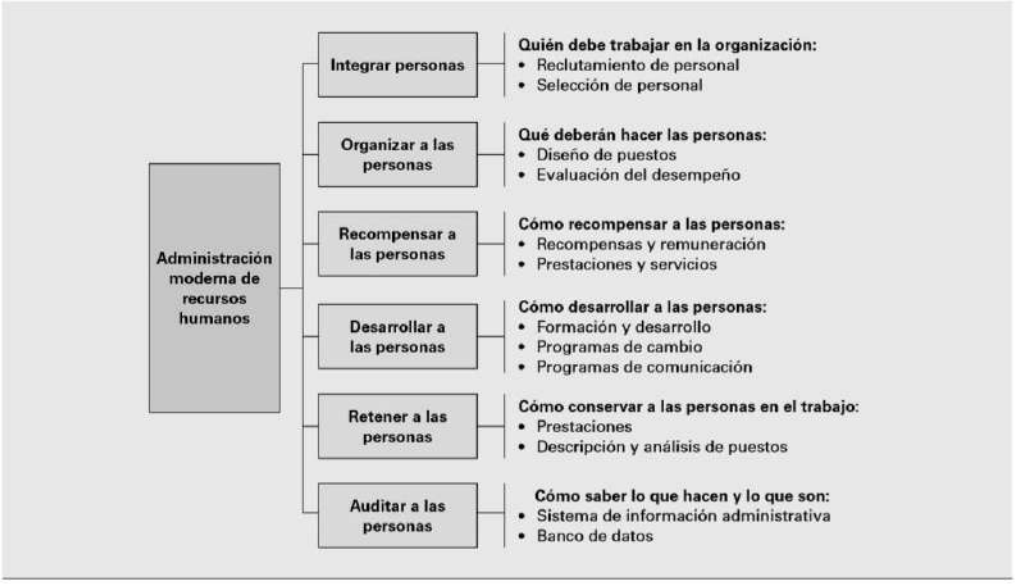


Ilustración 1*: Procesos de la Gestión del Talento Humano*
Fuente: Gestión del Talento Humano, Chiavenato 2009, Página 19

Cada uno de estos procesos es fundamental para la correcta GTH y siempre deben ser diseñados y aplicados en la medida que la organización lo requiera.

1.2 Reclutamiento y Selección

Este es el proceso por el cual la empresa adquiere el talento que posteriormente será soporte para el desarrollo de la organización. Es definido como el conjunto de procedimientos que permite captar a los candidatos para determinada posición en una organización (Coronel &

Fárez, 2010). Las empresas buscan captar el mejor talento para asegurar que las funciones de la vacante se desempeñen exitosamente.

El reclutamiento es básicamente la convocatoria de candidatos para una vacante, definida también como la divulgación de la oportunidad laboral, cuyo objetivo es atraer a los candidatos que cumplen con los requisitos para la posición deseada. Según Alles (2006); Aguirre, Andrés y Rodríguez (2000) y Hernández (2008) el reclutamiento está dividido en dos subtipos:

- Reclutamiento Interno: Definido como el traslado o promoción de colaboradores que se encuentran dentro de una organización para cubrir alguna vacante existente. Este tipo de reclutamiento considera que el ingreso de personal debe realizarse desde los puestos más bajos de acuerdo con la estructura de la empresa, y desde ahí se los debe capacitar, para cubrir las brechas de conocimiento que existan en su futuro ascenso a un nuevo cargo.
- Reclutamiento Externo: Definido como la contratación de personas que no pertenecen a la organización para cubrir una vacante existente. Este tipo de reclutamiento depende de las condiciones del mercado y sobre todo de las técnicas y fuentes de reclutamiento con las cuales cuenta la organización.

Las fuentes de reclutamiento son medios para obtener candidatos para las vacantes existentes. Según Bolaños y Anaya (2009) las más comunes coinciden en ser: aplicaciones directas y recomendaciones, anuncios en los periódicos y revistas, universidades y colegios, reclutamiento electrónico y agencias de empleo privadas.

2. Empresas consultoras de servicios en Gestión de Talento Humano

Una empresa consultora es definida como “Un servicio de asesoramiento profesional independiente que ayuda a los gerentes de las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de la organización mediante la solución de los problemas existentes, el descubrimiento y la evaluación de oportunidades, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de cambios” (Kubr, 1997, pág. 9).

El origen de la consultoría empresarial es contemporáneo al surgimiento de la administración como ciencia. Frederick Taylor y sus precursores fueron pioneros en el desarrollo de esta industria, ellos utilizaban la base teórica de la administración para prestar este tipo de servicios a las diferentes empresas que asesoraban (Lopez Zapata, Sepúlveda Rivillas, & Arena Cardona, 2010).

A pesar de que con la administración científica se avanza hacia una nueva tendencia de consultoría empresarial, no es sino hasta la postguerra que las firmas consultoras norteamericanas ingresan a Europa a brindar sus servicios, lo cual contribuye a la reconstrucción económica de la región (Gomez & Munera, 1998). Gracias al surgimiento del enfoque humanista en la administración nace la consultoría en temas de Gestión Humana. En la década de los 50´s las empresas consultoras de Gestión Humana se dedican a vender técnicas y estrategias de desarrollo organización, rediseño organizacional y administración de personal (Barely & Kunda , 1992).

Las empresas consultoras ecuatorianas, han tenido un crecimiento vertiginoso en los últimos años, sin embargo, es innegable que existe poca cultura de contratación de servicios externos,

Según Orellana (2010) las empresas nacionales consideran que contratar servicios de consultoría en GTH es un gasto y no se lo considera como una inversión. En el medio local, un factor que afecta la contratación de *Outsourcing*[13] son las reformas laborales aplicadas a la constitución en el año 2008 mediante las cuales se eliminó la figura de tercerización[14]. En el mandato constituyente número ocho, en su artículo 1 señala: "Se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo" (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008).

La eliminación de la terciarización obliga a las empresas que ofrecen servicios, reducir sus operaciones a brindar servicios complementarios para otras empresas. Como consecuencia se crea una resistencia por parte de las empresas para la contratación de servicios terciarios o complementarios con el fin de evitar cualquier inconveniente legal. A pesar de esto, hoy en día es muy fácil encontrar empresas que se dediquen a prestar servicios de *Outsourcing* en temas de GTH. Mediante motores de búsqueda web se puede encontrar varios grupos de empresas que se dedican a prestar servicios de consultoría de talento humano.

El primer grupo de empresas son las agencias especializadas en consultoría de TH, generalmente son empresas que han construido su reputación especializándose en servicios de consultoría: Samper HH, Human Consulting Strategies entre otros.
El segundo grupo son las firmas consultoras nacionales o internacionales, las cuales no únicamente brindan consultoría en materia de TH sino también en diferentes áreas empresariales como: contabilidad, cobranzas, auditoria, entre otras. En este grupo de empresas se considera: Price Waterhouse Cooper (Pwc), TAC Ecuador, Deloitte and Touch, entre otros.

Por último, existen Gremios empresariales que brindan servicios a sus asociados en diferentes áreas como lo son capacitación, consultoría financiera, Asesoría comercial y también brindan a sus socios consultoría en temas de GTH. Como ejemplo están las cámaras de comercio tanto de Quito como de Guayaquil y la Red de Talento Humano de Ecuador. A pesar de los múltiples servicios que brindan estas empresas, la demanda en el mercado busca: Evaluaciones de Talento Humano; *Head Hunting.;* [15]Planes de Carrera y Sucesión; Descriptivo de funciones.; *Assessment Center* [16]*;*Evaluaciones de Clima Laboral.

3. Calidad de los servicios

"La Calidad se puede definir como el conjunto de atributos de un producto o servicio que proporcionan valor por su capacidad para satisfacer las necesidades de los clientes" (De la

---

[13] **Outsourcing**: es un término del inglés que podemos traducir al español como 'subcontratación', 'externalización' o 'tercerización'. En el mundo empresarial, designa el proceso en el cual una organización contrata a otras empresas externas para que se hagan cargo de parte de su actividad o producción.
[14] **Terciarización:** La tercerización o subcontratación es una práctica llevada a cabo por una empresa cuando contrata a otra firma para que preste un servicio que, en un principio, debería ser brindado por ella misma. Este proceso suele realizarse con el objetivo de reducir los costos.
[15] **Head Hunting**: ¨Un método de selección de personal en el que el "head-hunter" o "cazatalentos" realiza una búsqueda directa del perfil que le han solicitado sin que el candidato tenga la necesidad de buscar trabajo y se haya dirigido a éste previamente¨.
[16] **Assessment Center:** ¨Ejercicios prácticos mediante los cuales se prueban las habilidades de los candidatos en un proceso de selección para una vacante laboral especifica. ¨

Hoz Granadillo & Lopez Polo, 2017, pág. 50). Una empresa puede alcanzar el éxito en la medida que logre generar buenas relaciones con los clientes, de esta manera se establecen relaciones duraderas. Por tal motivo las empresas que brindan servicios de consultoría deben mantener a su cartera de clientes satisfechos.

De la Hoz y López (2017) establecen dos modelos relacionados con la calidad de servicios: el primero corresponde a la calidad de servicio brindado al cliente y el segundo relacionado a la gestión con los clientes. El primero, considera que el éxito de un servicio está en función de lo que el cliente percibe al adquirir el mismo, sobre todo las expectativas previas a contratarlo. En la siguiente ilustración se presentan los aportes dados por modelos de la calidad centrados en servicios.

Modelo	Año	Caracteristicas	Elemento clave
Triángulo de Servicio	1999	Estructurado sobre tres elementos, como son: la estrategia de servicio, gente y sistema cuyo foco de acción son los clientes.	Estrategia, Persona, Sistemas de nformación, Clientes.
Modelo de Grönroos	1988	Se basa en los conceptos de calidad técnica y calidad funcional.	Clientes
Modelo de Bitner	1990	Percibe la calidad como un resultado de la experiencia satisfacción/insatisfacción.	Procesos Clientes
Modelo de Nguyen	1991	Imagen de la empresa, resultado del personal en contacto, organización interna de la servucción, soporte físico de la servucción, y la satisfacción del cliente.	Procesos Clientes Estrategia Persona
Modelo de Bolton y Drew	1991	Satisfacción/insatisfacción.	Clientes
Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry	1993	Tiene como base la diferencia entre las dimensiones de expectativas del cliente y las percepciones en relación al servicio	Clientes
Triángulo de la calidad del servicio.	1999	Establece tres variables: dimensiones, informantes y niveles de análisis centrados en los clientes.	Sistemas de Información Clientes

Ilustración 2: Modelos de la Calidad de Servicios

Fuente: Modelo de gestión de relaciones con los clientes en empresas de consultoría, De La Hoz y López 2017, Página 57

El segundo tipo corresponde a modelos de Gestión de Clientes, que se fundamentan en el nivel o tipo de relacionamiento de la empresa consultora con su cliente, orientado sobre todo al trato que se da al contratante del servicio durante la etapa de negociación, tal como se muestra en la siguiente ilustración.

Modelo	Año	Caracteristicas	Elemento clave
Modelo de Gestión de Clientes |	2005	Define dos ejes de desarrollo en el primero se describen los tipos de relaciones que pueden desarrollarse con los clientes, y el segundo establece los elementos necesarios para que la gestión sea realmente efectiva.	Clientes Procesos
Modelo de las 6R	2006	Define 6 factores a saber: relación, retención, rentabilización, referenciación, recuperación y reactivación, los cuales pueden ser de ayuda para que una relación con los clientes bien gestionada se constituya en una clave del éxito de las empresas.	Procesos Estrategias Clientes

Ilustración 3: Modelos de Gestión de clientes

Fuente: Modelo de gestión de relaciones con los clientes en empresas de consultoría, De La Hoz y López 2017, Página 58

Para De la Hoz (2017), existen cinco características que delimitan o condicionan la calidad del servicio que se brinda a un cliente: las estrategias; los procesos; sistemas de Información; los clientes; las personas. Las Estrategias están definidas como las acciones correspondientes para cumplir los opbjetivos, en función de los medios o recursos que tiene la empresa.

Los procesos son actividades secuenciales que desarrolla la empresa y buscan resultados acordes a los objetivos generales previamente establecidos. Están orientados a cumplir las estrategias permitiendo que la calidad del servicio este acorde a lo que un cliente busca de la organización. Los Sistemas de información corresponde a los datos recibidos, estos deben ser de doble entrada para que tanto el cliente como la organización tengan una retroalimentación constante sobre el uso del servicio y lo que este genera.

Los Clientes personas o empresas que demandan los servicios, y que buscan satisfacer alguna necesidad existente. En un modelo orientado a la satisfacción, el cliente es el pilar o la razón de ser de la empresa. Las Personas que prestan servicios interactúa con los clientes, y de ellos depende en gran parte la satisfacción de los clientes ya que son los ejecutores del servicio ofrecido. Es importante la calidad, para precautelar la percepción del cliente sobre los servicios que contrata, las personas y su talento, son la clave para poder lograr la excelencia. Tanto Chiavenato, De la Hoz y López, coinciden que el factor humano es el soporte principal para cumplir los objetivos establecidos por la organización y la satisfacción del cliente.

3.1 Calidad de los servicios de Reclutamiento y selección

¨El objetivo de la selección es encontrar a los candidatos adecuados según el perfil requerido por la empresa, con la finalidad de optimizar su utilidad y lograr satisfacer así los intereses de la organización. ¨ (Bretones & Rodriguez, 2008, pág. 4). Su importancia está determinada por los intereses de la compañía, es por eso que el área de Talento Humano busca cumplir estándares para la selección sea exitosa. Para Alles (2006) existen 20 pasos para el éxito del proceso de selección, estos aplican para reclutadores expertos como inexpertos.

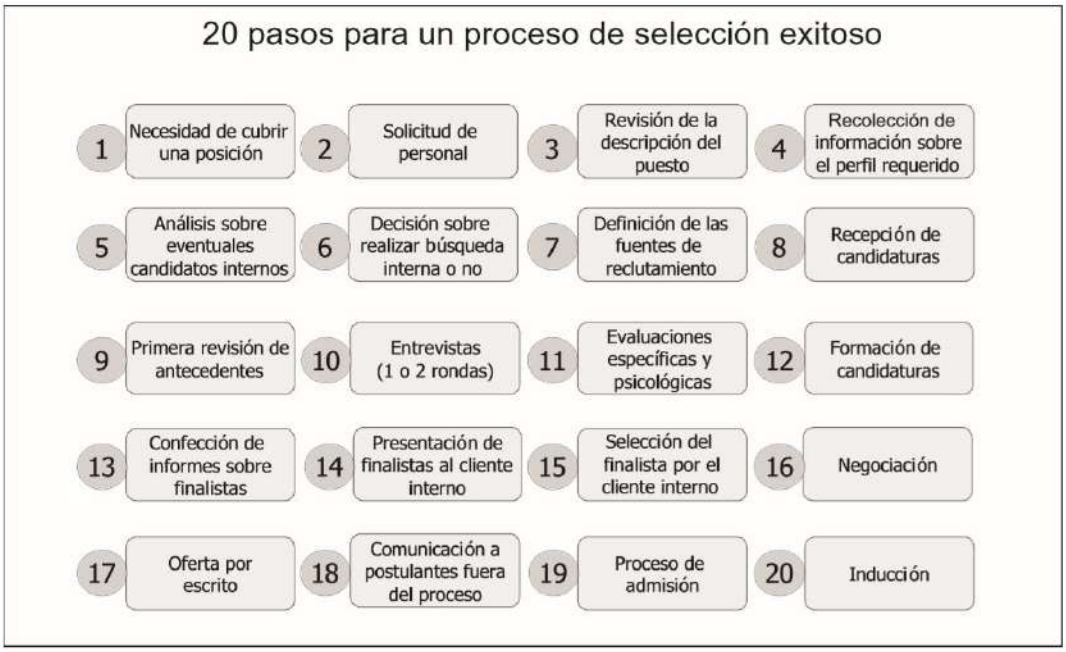


Ilustración 4:Pasos para un proceso de selección exitoso.
Selección por competencias, Alles 2006, Página 175

El proceso de reclutamiento y selección, dependiendo de las herramientas (personal capacitado, tecnología, fuentes de selección adecuadas, entre otros), lleva un tiempo determinado. Es por eso que se destacan dos puntos importantes para cumplir con una selección exitosa. El primero es el perfil del puesto y el cargo a cubrir, para determinar las competencias que se necesitan para cubrir las vacantes, por consiguiente, los candidatos deben estar alineados a ello. El segundo son las fuentes de reclutamiento, las cuales determinan el tiempo para encontrar los perfiles adecuados.

Según lo expuesto, la calidad (eficacia, eficiencia y efectividad) se define como la satisfacción del cliente con los productos o servicios. La eficacia es el cumplimiento de objetivos mientras que en la eficiencia se adiciona la utilización de la menor cantidad de recursos como sea posible, entre ellos el tiempo. (Armas, Llanos, & Traverso, 2017). Por consiguiente, la calidad de la selección está vinculada al cumplimiento de tiempo y apego al perfil requerido para la vacante, caso contrario el no cumplimiento del mismo trae insatisfacción y en el segundo los riesgos se ven a mediano y largo plazo afectando el desempeño y clima organizacional.

Materiales y métodos

Best Talent Consulting (BTC) es una firma consultora multilatina de GTH con 5 años en el mercado local. Brinda servicios en Consultoría Estratégica de Talento Humano; Planes de Desarrollo; Capacitación; Reclutamiento y Selección, entre otros. Actualmente se encuentra en proceso de restructuración interna para desarrollar nuevos proyectos. Existen inconvenientes con el servicio de reclutamiento y selección lo cual repercute en la satisfacción de los clientes.

La investigación se realiza de abril a junio del 2019. El enfoque es cualitativo, ya que busca determinar el nivel de satisfacción de los clientes y las características del proceso de selección empleado por la organización. Ambas variables deben ser analizadas. El tipo de estudio es descriptivo y explicativo. El primero permite detallar los procedimientos utilizados en el sistema

de selección de personal permitiendo identificar falencias. A la vez, se puede determinar el nivel de calidad que esperan los clientes con los servicios recibidos. El segundo, explicativa permite establecer la relación e incidencia de esta en la calidad de los servicios y su efecto a corto y mediano plazo en la retención de clientes.
El método utilizado el analítico- sintético, permite el estudio detallado de las variables, mientras que las técnicas son: la encuesta con dos cuestionarios de 11 preguntas de opción múltiple divididas en cuatro secciones; tipo Likert, basados en el postulado planteado en el punto uno de este estudio, por De la Hoz y López (2017) quienes establecen niveles de satisfacción de clientes con las seis “R”: Relación; referenciación; retención; rentabilización; recuperación y reactivación. El primer cuestionario está dirigido a los clientes activos y el segundo a los clientes inactivos que en un lapso (seis meses) no han contratado los servicios de la consultora, de esta manera se evalúa la calidad del servicio percibido y las razones por las cuales los inactivos, no han contratado nuevamente los servicios. Además, la entrevista, con dos guías de cinco preguntas abiertas, orientadas a los mandos gerenciales y a siete colaboradores que participan en los procesos de selección.

RESULTADOS

Opinión de clientes. - Se observa que tanto los clientes activos (40%) como Inactivos (40%) buscan los servicios de BTC con la expectativa de cubrir vacantes en un corto periodo de tiempo y contar con perfiles específicos, en los clientes activos (40%), y, en los inactivos el 20% tienen esta expectativa. Por lo cual el tiempo que se tomen en el proceso de selección será un factor clave para la calidad del servicio.

Tabla 5 Necesidad antes de contratar los servicios de Best Talents Consulting

Expectativa del Servicio - Clientes Activos		
Etiqueta	Total	Porcentual
Cubrir una vacante en poco tiempo.	4	40%
Cubrir una posición que lleva varios meses vacante.	2	20%
Candidatos con perfil especifico.	4	40%
Procesos de selección masivos	0	0%
Total	10	100%

Expectativa del Servicio - Clientes Inactivos		
Etiqueta	Total	Porcentual
Cubrir una vacante en poco tiempo.	2	40%
Cubrir una posición que lleva varios meses vacante.	1	20%
Candidatos con perfil especifico.	1	20%
Procesos de selección masivos	1	20%
Total	5	100%

Elaboración propia

En el caso de clientes inactivos (cuentas que no se mueven el último año), los resultados muestran la insatisfacción en casi todos los puntos, tanto clientes inactivos como activos consideran que los tiempos de servicio generan insatisfacción. El 80% de inactivos indica estar totalmente insatisfechos con los tiempos del servicio mientras que el 40% de activos en un 30%. Esto se relaciona con la expectativa, antes de contratar el servicio.

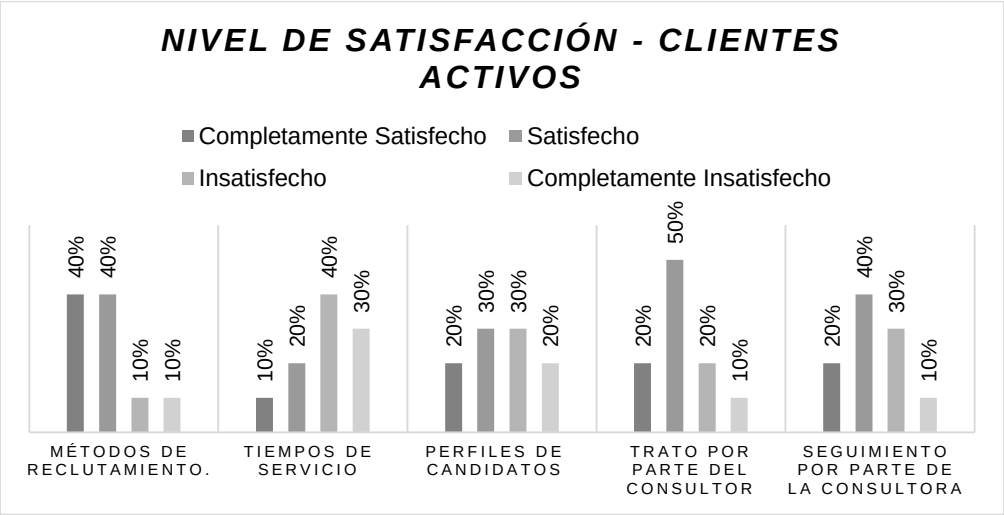


Ilustración 5: Nivel de satisfacción con el servició de BTC
Fuente: Elaboración propia

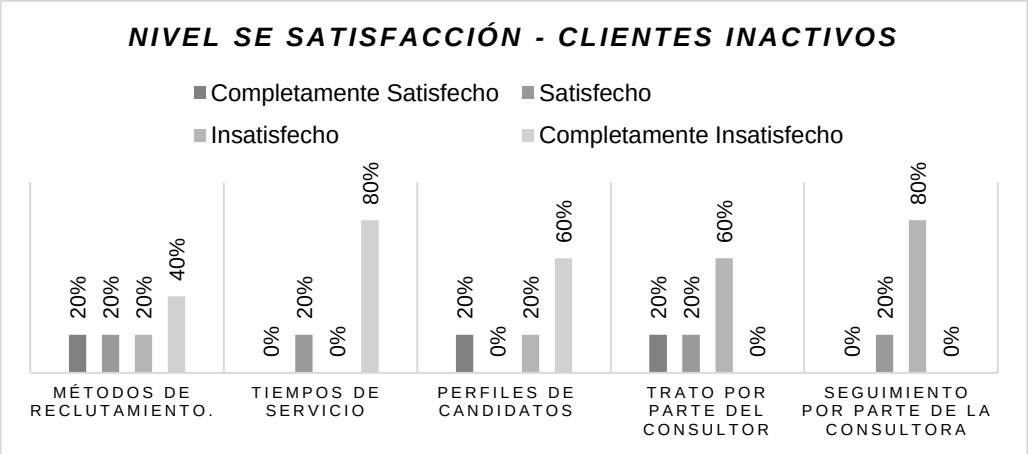


Ilustración 6: Nivel de satisfacción con el servició de BTC
Fuente: Elaboración propia

El proceso

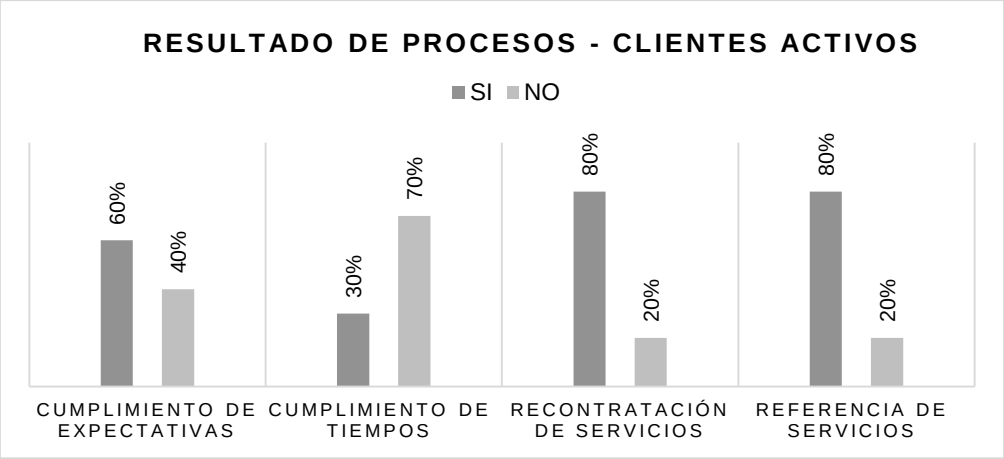


Ilustración 6 De los siguientes puntos cuales debería mejorar BTC
Fuente: Elaboración propia

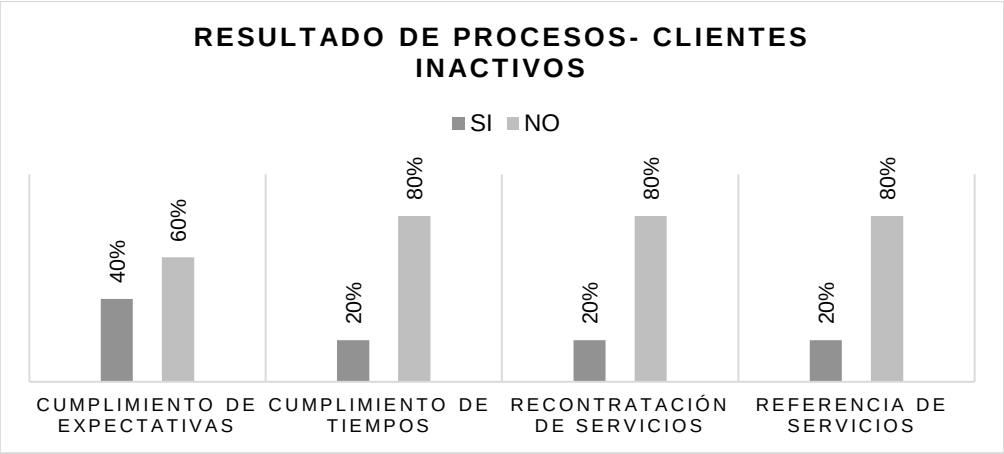


Ilustración 8 De los siguientes puntos cuales debería mejorar BTC
Fuente: Elaboración propia

Tanto clientes activos como inactivos coinciden en que al final del proceso los tiempos no se cumplen, sin embargo, el 80% de clientes activos confirman que volverían a trabajar con BTC y referiría el servicio a otras empresas. Esto contrasta la opinión de los clientes inactivos, pues el 80% no recontrataría ni referiría los servicios.

Recomendaciones dadas por los clientes

Recomendaciones – Clientes Activos

Etiqueta	Total	Porcentual (%)
Fuentes de Reclutamiento	2	14%
Apego o cumplimiento del perfil	2	14%
Seguimiento durante el proceso	4	28%
Tiempo de entrega	6	43%
Total	14	100%

Tabla 6 Aspectos que se deben mejorar
Fuente: Elaboración propia

El tiempo de entrega de los procesos de selección es lo más valorado (43%), luego la atención prestada hacia el cliente durante el proceso (28%), finalmente las fuentes de reclutamiento y el cumplimiento del perfil solicitado 14%.

Recomendaciones - Clientes Inactivos

Etiqueta	Total	Porcentual
Tiempos de entrega	2	40%
Rotación de Personal	1	20%
Seguimiento durante el proceso	0	0%

Precios del Mercado	0	0%
Falta de Presupuesto	0	0%
Carencia de necesidad	1	20%
Otra	1	20%
Total	5	100%

Tabla 3 Aspectos que se deben mejorar
Fuente: Elaboración propia

Los clientes inactivos coinciden en que BTC debe mejorar los tiempos de entrega de los servicios de selección (40%). La rotación del personal obtuvo un 20%, mientras que la carencia en la necesidad de contratar servicios externos el 20%. Por último, la respuesta de otras obtuvo un 20%. Tanto clientes activos como inactivos consideran que los tiempos de entrega del servicio deben mejorar.
Resultados de la entrevista. - En las entrevistas se evidencia que los procesos de selección tienen distintos indicadores dependiendo de la solicitud y necesidades de los clientes. Existen procesos que dada su dificultad tendrán un cronograma de trabajo más extenso, y otros en menor tiempo del estándar (Tres semanas) debido al sentido de urgencia requerido por el cliente.

Otro indicador es la cantidad de personas seleccionadas; como el reclutamiento masivo, en los que se requiere varios candidatos sin tener desde un principio la certeza de cuantos se elegirán. Por último, para que los procesos lleguen a alcanzar el éxito deseado, se debe plantear como indicador la contratación del candidato, debido a que la consultora factura solo por contratación, a diferencia de otros servicios que se cobra un anticipo sin importar el resultado de proceso. Para los consultores que llevan a cabo los procesos, los indicadores son generalmente: tiempo de cierre del proceso, garantías ejecutadas en un año y la facturación.

El proceso se asigna de acuerdo a la experiencia del consultor, los más críticos a los consultores más experimentados, mientras que los de menor complejidad a consultores con menos experiencia. Dependiendo la carga laboral se lleva esta metodología de trabajo ya que pueden existir casos en los cuales los consultores trabajen con un asistente de selección o un consultor Junior. La complejidad del proceso se califica de tres factores: el tipo de perfil que se busca en el mercado, la estrategia de búsqueda definida para el *Head Hunting* que usualmente es el proceso que más tiempo lleva y finalmente el tiempo establecido para la búsqueda.

Sobre los estándares de calidad para los procesos de selección de BTC, se evidencia que no existe normativa a seguir, sin embargo, existen parámetros internacionales que se basan en la satisfacción al cliente, la ética profesional y la efectividad de los procesos. Generalmente para precautelar el cumplimiento de estos estándares, existen respaldos de información de cada proceso en bases de datos de las búsquedas, hojas de vida de candidatos entrevistados con las anotaciones pertinentes, y cualquier documento adicional que respalde las acciones realizadas, sin embargo, ambas gerentes coinciden en que no existe registro físico o virtual que permita constatar la satisfacción del cliente, o su *feedback*.

En cuanto al seguimiento a los clientes, una vez culminado el proceso de selección se contacta a la persona encargada del proceso para conocer su percepción del servicio y de los clientes para saber si se encuentran satisfechos con el servicio. No existe una herramienta de medición para conocer detalles, de ser necesario se profundiza con una reunión en la cual se detalla los puntos que no fueron cubiertos.

La mayoría de colaboradores coinciden en que los indicadores de gestión de los procesos de selección están relacionados con tiempo y efectividad, pero no conocen si existe una matriz específica sobre el procedimiento a realizar o el tiempo determinado en cada etapa. Por lo general lo que más retrasa es la búsqueda de candidatos dependiendo de la fuente de reclutamiento seleccionada. Adicional sobre los tiempos de entrega, coinciden en la falta de personal con el *seniority*[17] necesario para efectuar las entrevistas de mandos altos, muchas veces la demora radica en la dificultad de encontrar candidatos considerados como idóneos por los clientes.

Las fuentes de reclutamiento utilizadas son; Head Hunting; Multitrabajos; Linkedin; Referidos; Redes Sociales; Bolsas de trabajo Universitarias; entre otros. *E*xiste una discordancia entre los consultores y las gerentes ya que, a pesar de existir un flujograma de selección, los colaboradores no tienen conocimiento de este ni los pasos a seguir. Acerca de los contingentes cuando incumplen con los tiempos, los colaboradores coinciden en que es común se converse con el cliente sobre lo sucedido, el avance del proceso y el detalle de la dificultad de búsqueda.

El flujograma del proceso de selección de BTC cuenta con 17 pasos y dos de contingencia que se dan en caso de existir anomalías durante el proceso como la no aceptación de la propuesta por parte del candidato. A pesar que el proceso está detallado, no se indican los tiempos para cada etapa. Considerando que el factor tiempo es un punto crítico, la propuesta hará énfasis en este aspecto.

PROPUESTA

Se considera necesario plantear cinco mejoras al proceso de selección de personal utilizado por la empresa BTC, con el objetivo de garantizar la satisfacción de los clientes al cumplir con sus expectativas y el tiempo requerido.

1. Reorganización del flujograma por etapas de desarrollo
2. Acortar los tiempos de entrega de los procesos
3. Seguimiento a los clientes una vez finalizado el proceso
4. Socialización del proceso de selección y los indicadores.
5. Control periódico del cumplimiento del procedimiento y los indicadores por parte de los consultores.

Tanto los clientes inactivos como los activos coinciden en que BTC debe mejorar sus tiempos de entrega de los servicios, por ello, el establecimiento y control del tiempo se vuelve un punto fundamental para precautelar la satisfacción de los clientes. Para este punto el autor propone

[17] *Seniority:* ¨Es un término que cada vez se escucha más en las empresas. Seniority proviene de senior, y sénior, en castellano (con tilde en la e) la RAE lo define (en su 4ª acepción) como «Superior en categoría y experiencia a quienes desempeñan la misma profesión o cargo «. ¨

delimitar cada subproceso en etapas y asignar un tiempo prudencial para cada una de estas, así el consultor tiene un tiempo establecido para cada etapa. Una vez establecido el tiempo por cada etapa se debe realizar un seguimiento y control de su cumplimiento.

Etapa	Subprocesos	Indicador	Seguimiento
Etapa 1: Definición de fuentes de reclutamiento	Creación de vacantes en redes sociales. Definición de estrategia de búsqueda, Definición del cronograma y tiempos de trabajo.	Tiempo establecido para etapa. Número de Vacantes publicadas.	Una vez concluido el tiempo determinado para esta etapa se debe realizar el seguimiento respectivo.
Etapa 2: Búsqueda	Análisis y filtros de Hojas de vida, Pre-screening telefónico,	Cumplir con el tiempo establecido para la etapa	Al ser la etapa más larga y de mayor complejidad se deben realizar dos cortes de tiempo para el seguimiento.
Etapa 3: Selección de candidatos	Preselección de candidatos, Hojas de vida en formatos BTC, Entrevista de los clientes.	Cumplir con el tiempo establecido para la etapa. Número de Candidatos útiles Obtenidos.	Se debe realizar seguimiento permanente durante toda esta etapa ya que no únicamente depende del consultor sino también de la disponibilidad del cliente para entrevistas.
Etapa 4: Cierre del proceso	Asignación de pruebas Psicométricas y levantamiento de referencias laborales, Conformidad del cliente y selección de la terna finalista, Elaboración y envió del informe final, Definición del candidato seleccionado por el cliente y propuesta de contratación	Cumplir con el tiempo establecido para la etapa, siempre considerando la disponibilidad del cliente para ejecutar la parte del subproceso que le corresponde.	Se debe realizar seguimiento constante ya que en esta etapa para evitar que el proceso se dilate más del tiempo establecido

Tabla 7 Etapas del Flujo del proceso de selección en Best Talents Consulting
Fuente: Elaboración Propia

Para este punto el autor propone dos opciones de mejora; la primera la contratación de consultores con experiencia para ejecutar entrevistas, la segunda, planes de desarrollo eficaces para los consultores de la firma. Esto permite a mediano o corto plazo contar con el staff adecuado y evitar el retraso. Otro de los factores que retrasa el proceso de selección es la falta de disponibilidad de los clientes para atender a los candidatos preseleccionados. Esto si bien no es responsabilidad de la consultora repercute al incumplimiento del cronograma de

trabajo establecido. Para ello, se debe especificar dentro del cronograma presentado al cliente, el tiempo estimado para ello y en caso de retraso ellos asuman su responsabilidad, de esta manera tanto los clientes como la consultora se flexibilizan con los tiempos, evitando malos entendidos.

A pesar que los clientes activos se sienten conformes en su mayoría con el seguimiento realizado por la consultora durante el proceso, no existe un adecuado seguimiento posventa. Por ello es necesario un seguimiento más profundo de las opiniones de los clientes sobre los servicios contratados. Se propone, además, efectuar encuestas de seguimiento a los clientes para medir el nivel de satisfacción, en conformidad a las etapas establecidas, de esta manera BTC puede identificar puntos generan inconformidades a los clientes activos, para corregirlos y mejorarlos.

Se plantea capacitación para conocer en detalle el proceso, ya que la sociabilización permite tener un equipo de trabajo homogéneo en la ejecución de los procesos.

- Indicadores de Gestión internos para los procesos de selección
- Procesos y subprocesos para seguir para llevar a cabo el proceso de selección.
- Estándares de calidad internacionales con los que cuenta la firma.

Finalmente, ninguna mejora puede llevarse a cabo si no se garantiza su cumplimiento, por tal motivo el autor propone determinar dentro del equipo de consultores a una persona que vele por el cumplimiento de los indicadores sobre todo el indicador tiempo. De igual manera se propone establecer una matriz por etapa de proceso en la cual se detalle el resultado de la etapa con los indicadores correspondiente y se establezca el motivo de incumplimiento en caso de que acontezca.

Matriz de seguimiento de Etapas para el proceso de selección.			
Etapa de Proceso	Indicador	Cumplimiento (Si/No)	Observación
Etapa 1: Definición de fuentes de reclutamiento	Tiempo Resultado Efectividad		
Etapa 2: Búsqueda	Tiempo Resultado Efectividad		
Etapa 3: Selección de candidatos	Tiempo Resultado Efectividad		
Etapa 4: Cierre del proceso	Tiempo Resultado Efectividad		

Tabla 8 Sugerencia de matriz para el seguimiento de las etapas del proceso de selección

Fuente: Elaboración Propia

En conjunto con el punto de seguimiento al cliente, y utilizando la herramienta de las encuestas aplicada a los clientes una vez concluido el proceso de selección los mandos gerenciales podrán validar el correcto o incorrecto control de este punto.

CONCLUSIONES

- Para las empresas consultoras de servicios, es de suma importancia mantener a sus clientes satisfechos, para crear relaciones comerciales duraderas en el tiempo. No se han encontrado estándares para procesos de selección, sin embargo, existen autores que determinan pasos fundamentales para alcanzar el éxito en la calidad de servicios. Sobre los estándares de calidad para los procesos de selección de BTC, se evidencia que no existe normativas a seguir, sin embargo, existen parámetros internacionales que son aplicables a la satisfacción al cliente, la ética profesional y la efectividad de los procesos.
- Los procesos de selección son eficaces, pero no efectivos, debido al mal manejo de los tiempos en su ejecución. En la opinión de clientes, se nota que tanto los clientes activos (40%) como Inactivos (40%) buscan los servicios de BTC con la expectativa de cubrir vacantes en un corto periodo de tiempo y contar con perfiles específicos que se ajusten a sus necesidades. El tiempo que se tomen en el proceso de selección será un factor clave para la calidad del servicio percibida, determinante para la fidelidad de los clientes y la referencia de los servicios de BTC a otras empresas. Por lo cual, el tiempo de entrega de los procesos de selección es lo más valorado (43%), luego la atención prestada hacia el cliente durante el proceso (28%), finalmente las fuentes de reclutamiento y el cumplimiento del perfil solicitado 14%.
- Generalmente para precautelar el cumplimiento de estándares de calidad, existen respaldos de información de cada proceso en bases de datos de las búsquedas, hojas de vida de candidatos entrevistados con anotaciones pertinentes, y otros documentos que respaldan las acciones realizadas, sin embargo, en BTC no existe registro físico o virtual que permita constatar la satisfacción del cliente, o su *feedback*. Por lo cual se plantean cinco puntos de mejora para los procedimientos del proceso de selección: Reorganización del flujograma por etapas de desarrollo; Acortar los tiempos de entrega; Seguimiento a los clientes una vez finalizado el proceso; Socialización del proceso y los indicadores de medición, todo esto permitirá mantener un control periódico del cumplimiento del procedimiento y los indicadores por parte de los consultores.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, J., Andrés, M., Rodríguez, J., & Tou. (2000). *Dirección y gestión de personal.* Madrid: Piramide.

Alles, M. A. (2006). *Selección por Competencia.* Buenos Aires: Garnica.

Armas, Y., Llanos, M., & Traverso, P. (2017). *Gestión del Talento Humano y nuevos escenarios laborales.* Samborondon: Universidad Ecotec.

Asamblea Constituyente del Ecuador. (2008). Mandato Constituyente. *Eliminación y prohibición de la Tercearización, intermediación laboral, contratación laboral por horas y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo*.

Barcelo, J. C. (2019). *IMF BUSINESS SCHOOL.* Obtenido de https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/gestion-talento/10-procesos-clave-en-la-gestion-del-talento/

Barely, S., & Kunda , G. (1992). *Design and devotion: surges of rational and normative ideologies of control in management discourse.Administrative Science Quarterly, 37.* Nueva York: Cornell University.

Bolaños Sánchez., G., & Anaya Fernandez, A. (2009). Gestión del Talento Humano como Herramienta de Competitividad en las Empresas. *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN EN LOS MERCADOS*. San Salvador, El Salvador: Universidad Dr. José Matías Delgado. Obtenido de Universidad Dr. José Matías Delgado: https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADAG0000538/Capitulo%203.pdf

Bonadio, S. (2010). *Top Five HR Process Integrations That Drive Business Value.* Massachusetts : Softscape.

Bretones, F., & Rodriguez, A. (2008). Reclutamiento, selección de personal y acogida. 2. Madrid: Piramide.

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talentom Humano.* Bogota: MCGRAW-HILL.

Coronel , T., & Fárez, R. (2010). GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN BASE A COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS APLICADAS A LA EMPRESA “DURAMAS CIA. LTDA”. *Tesis de Pregrado.* Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

De la Hoz Granadillo, E., & Lopez Polo, L. (2017). Modulo de gestión de Relaciones con los clientes en empresas de consultoría. *Investigación e Innovación en Ingenierias, 5*, 50.

Gomez, D., & Munera, J. (1998). *El Mundo de la consultoria Empresa. Tecnologia Administrativa.*

Hernández, M. (2008). *Incorporación de capital humano (II): Reclutamiento, selección y acogida de personal.* Madrid : Tecnos.

Kubr, M. (1997). *La consultoría de empresas: guía para la profesión.* Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.

Kutik, B. (10 de Marzo de 2008). *Who First Called It 'Talent Management'?* Obtenido de Human Resource Executive Online : https://web.archive.org/web/20090504105329/http://www.hrexecutive.com/HRE/story.jsp?storyId=79502486

Lopez Zapata, E., Sepúlveda Rivillas, C., & Arena Cardona, H. (Enero de 2010). *Science Direct.* Obtenido de Universidad ICESI : file:///C:/Users/Victor%20Tenecela/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge

_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/1-s2.0-S0123592310701066-main%20(1).pdf

Orellana, E. P. (2010). Plan de negocios de una consultora en desarrollo organizacional. *Plan de negocios de una consultora en desarrollo organizacional.* Universidad de Cuenca, Cuenca.

Santos, A. C. (2010). *Gestión de talento humano y del conocimiento.* ECOE EDICIONES.

008. PLAN DE OPTIMIZACIÓN PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DEL SEGMENTO COBERTURA MINORISTA - CASO: DISTRIBUTION JCR S.A.

OPTIMIZATION PLAN TO INCREASE THE SALES OF THE RETAIL COVERAGE SEGMENT – CASE: DISTRIBUTION JCR S.A.

Autores:

Héctor Velasco Salguero. Universidad Ecotec, Ingeniero en Administración de Empresas, hvelasco@est.ecotec.edu.ec

José Gregorio Noboa Salazar, Universidad Ecotec, Docente Titular, Magíster en Dirección del Talento Humano – Universidad de Especialidades Espíritu Santo UEES, jnoboa@ecotec.edu.ec

Mauricio Samuel Noblecilla Grunauer, Universidad Técnica de Machala, Docente Titular, Doctor en Ciencias Administrativas – Universidad Nacional Mayor de San Marcos UNMSM, msnoblecilla@utmachala.edu.ec

RESUMEN

El presente análisis se plantea a partir de una empresa que provee productos de consumo masivo a nivel mayorista y minorista en la ciudad de Guayaquil, se tiene como meta la aplicación de un Plan de Optimización de recursos para así incrementar las ventas del Canal Minorista, ya que el mismo se ha visto afectado por una baja de clientes. Los enfoques cuantitativos y cualitativos se aplican en el presente proyecto debido a que permiten obtener información útil de los dos tipos de estudio; es decir, se va adquirir datos numéricos trasladados a porcentajes, para así, ser interpretados y lograr determinar estrategias en la empresa. El marco teórico abarca los temas desde la teoría administrativa, procesos, optimización, mejoramiento continuo, mercado, hasta Diagrama de Ishikawa, Plan de Optimización y otros. El presente análisis propone una serie de cambios a través de estrategias a corto y mediano plazo, propuestos en el Plan de Optimización que permita mantener la fidelidad de los clientes con la empresa, mejorar el flujo de los mismos y establecer una imagen corporativa que permita posicionar a DISTRIBUTION JCR S.A. en un mercado tan competitivo como el de ventas Mayoristas y Minoristas en la ciudad de Guayaquil.

Palabras clave: Optimización, Atención al cliente, Canales de distribución y Planificación Estratégica.

Keywords: Optimization, Customer Service, Distribution Channels, Strategic Planning.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad dar a conocer una nueva estrategia para incrementar las ventas de la empresa DISTRIBUTION JCR S.A y poder llegar con un portafolio de productos de consumo masivo de diferentes marcas y precios a los hogares de todos los ecuatorianos. DISTRIBUTION JCR S.A es una empresa de origen nacional fundada por el ahora Gerente General, Juan Carlos Lozada en el año 2.002, con el fin de comercializar, distribuir, importar, exportar y dar servicios de bodegaje y logística de productos de consumo masivo lícitos dentro y fuera del territorio ecuatoriano. Actualmente la empresa representa a empresas líderes a nivel internacional, distribuyendo productos de marcas muy reconocidas y de primera necesidad en categorías de alimentos, bebidas, nutrición, línea profesional y artículos de limpieza para el hogar.

Según indica el libro Administración de Ventas, la creación de una ventaja diferencial es el punto de partida de una estrategia de marketing exitosa, pero esto debe comunicarse a los vendedores e integrarse en un plan de ventas que asegure su articulación de manera convincente para los clientes. (Jobber, 2014), una de las cualidades que le hacen falta a la empresa.

Dentro de este sector comercial las empresas que se dedican a este negocio tienen como objetivo principal darse a conocer empresarialmente para obtener grandes ingresos económicos que les permitan poder expandirse libremente en diferentes sectores, siendo una pieza clave dentro de la economía del país generando miles de empleos directos e indirectos respectivamente.

Con el paso de los años la competitividad se ha vuelto una cualidad empresarial que ha venido evolucionando; debiendo enfrentar nuevas tendencias o modelos estratégicos que permitan llegar más al mercado, a los consumidores permitiendo tomar la mejor decisión creando vínculos comerciales y afectivos con sus clientes, favorables para el bien de la empresa formando un vínculo comercial a mediano y a largo plazo.

En la actualidad, DISTRIBUTION JCR S.A, no cuenta con un Departamento de Investigación de mercado, que permita el desarrollo de estrategias adecuadas de promoción y publicidad, no existe metodología para lograr un correcto acercamiento a los clientes, no hay imagen de marca y el nombre de la empresa pasa desapercibido, razón por la cual se necesita plantear estrategias de optimización que incrementen las ventas en la zona norte de Guayaquil. De igual manera, se debe prestar atención a la cadena logística ya que existen quejas de que ciertos productos llegan en mal estado, golpeados y en algunas ocasiones, llegan semi abiertos los productos no perecibles.

Todo lo expuesto da como problema principal la falencia de un Plan de Optimización de frecuencia de visita en los clientes, ya que se están dejando dichas visitas a libre albedrio a los vendedores, sin énfasis en los principales clientes, sin cambio de rutas, sin mejoras en procesos, sin aumento de promociones y demás artificios utilizados para el incremento en el flujo de ventas de la compañía, causando a corto plazo un déficit económico de la empresa.

El propósito de esta investigación consiste en establecer un Plan de optimización de frecuencia de visitas a los clientes para el incremento de las ventas en el segmento de

cobertura minorista en la zona norte de la ciudad de Guayaquil. Para ello, lo primero consiste en describir sustentos teóricos referentes a la empresa, los procesos, el mejoramiento continuo y estrategias para optimización de procesos. Luego diagnosticar la situación actual de la frecuencia de distribución de los clientes minoristas del sector norte de la ciudad de Guayaquil. Para posterior analizar las estrategias más adecuadas para optimizar la frecuencia de distribución para incrementar las ventas del segmento cobertura minorista en la zona norte de Guayaquil.

DISTRIBUTION JCR S.A., es una empresa formada por el Sr. Juan Carlos Lozada en el año 2002, con el fin de comercializar, distribuir, importar, exportar y dar servicios de bodegaje y logística de productos de consumo masivos lícitos dentro y fuera del territorio ecuatoriano. Es una empresa comprometida con la satisfacción de sus clientes, por ello a lo largo de esta investigación se analizará su situación actual con respecto a la frecuencia de distribución de sus clientes, permitiendo identificar estrategias para incrementar las ventas del segmento cobertura minorista.

1. REVISIÓN LITERARIA

1.1. Teoría de La Administración.

Esta teoría nace en Francia en 1916 cuyo máximo exponente fue Henry Fayol, el cual consideraba a la organización a partir de un enfoque sistémico, global y universal. La teoría se basaba en la búsqueda de la eficiencia a partir del énfasis en la estructura y las funciones que se deben cumplir en la organización, mediante esta concepción se buscaba que existiera una mayor coordinación entre cada uno de los departamentos que conforman la empresa. (Chiavennatto, 2014).

Según lo propone el libro Los clásicos de la Gerencia, la administración es el conjunto de operaciones técnicas o de producción, comercial, contable, financiera y de seguridad que se deben realizar en cualquier proyecto u organización humana. (Bedoya, 2012)

Se puede considerar a la administración como un sistema integral, el cual debe coordinar cada uno de los departamentos que conforman la empresa; es aquí donde las funciones administrativas propuestas por Henry Fayol muestran un panorama que encierra en términos generales los procesos administrativos que las organizaciones ponen en marcha para lograr eficiencia en cada una de sus operaciones; la misma que se logra a través de la planeación, coordinación, control, organización y dirección.

1.2. Optimización

Los procesos, actualmente deben ser revisados y replanteados a través de la optimización, misma que es una herramienta utilizada con frecuencia para el aprovechamiento total tanto de dichos procesos o recursos, según donde es aplicada; cabe recalcar que este término se generaliza a partir del nacimiento de las BPM (Business Process Management) el cual es definido de la siguiente manera por los autores del libro que lleva su mismo nombre:

Según indica el libro BPM.- Business Process Management for dummies, la optimización de los procesos es la práctica de realizar cambios y ajustes en un proceso con el fin de mejorar su eficiencia o efectividad. (Garimella, 2015)

1.3. Plan de Optimización

Durante largo tiempo, la administración ha sido reducida de manera eficiente a cuatro funciones específicas de los gerentes: la planeación, la organización, la dirección y el control.; y, hasta la actualidad, siguen siendo la base de todo inicio de procesos administrativos, por ende, en términos generales sigue siendo el aceptado por los miembros de la organización, junto con el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar metas establecidas por la organización.

Plan de Optimización del rendimiento: la práctica de realizar ajustes y cambios en las actividades y procesos de negocio con la finalidad de mejorar el rendimiento. (Garimella, 2015). El plan va de la mano con lo que la compañía plantea cambiar, no se debe reestructurar lo que está dando buenos resultados, se debe replantear objetivos que no están alimentando a los fines empresariales establecidos con anterioridad. El proceso administrativo, es el instrumento que se aplica en empresas para el logro de sus objetivos y poder satisfacer tanto necesidades lucrativas como sociales. Por lo tanto, la estrategia más eficaz para las empresas es maximizar el valor económico que generan. (Singer, 2017)

Un plan de Optimización puede tener varias aristas, dependiendo del campo donde se va a desarrollar, la misión de la propuesta de Optimización consiste en planificar y coordinar todas las acciones necesarias para obtener los niveles esperados de servicio y calidad al menor costo viable. La atención al consumidor tiene una función muy importante en la satisfacción de los clientes, se considera dicha atención como un componente de valor agregado que vincula las necesidades del mercado y la actividad propia de la entidad. De igual forma, sirve de vínculo para los componentes principales de la administración, entre ellos, las entradas de materias primas, talento humano, financiero e informativo, mismos que se complementan con actividades tanto gerenciales como logísticas.

1.4. Mejoramiento continuo.

El mejoramiento continuo es el conjunto de todas las acciones diarias que permiten que los procesos y la empresa sean más competitivos en la satisfacción del cliente. La mejora continua debe formar parte de la cultura de la organización, convirtiéndose en una filosofía de vida y trabajo. (Cabrera, 2015)

El mejoramiento continuo debe ser parte fundamental de toda empresa, ya sea de oferta de productos o de servicio, puesto que cada cierto periodo de tiempo se deben actualizar procesos para optimizar resultados, se debe ajustar a los cambios inminentes del mercado y sobre todo, la empresa se debe ajustar a las distintas tendencias que fluctúan en el mercado.

1.5. Mercado

En el libro Marketing, versión Latinoamericana; la palabra Mercado se define como la serie de todos los compradores, reales y en potencia, de un producto o servicio. Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo (Kottler & Amrstrong, 2007)

Según (Stanton & Walker, 2007); mercado se define como personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo; además, se lo puede dividir según el tipo de negocio las cuales pueden ser:

- Mayoristas quienes se caracterizan por adquirir productos a fabricantes o distribuidores para su posterior comercialización.
- Minorista quienes adquieren productos a los distribuidores o mayoristas para comercializarlos al consumidor final.

Se define a la segmentación de mercado como la división de un mercado en grupos distintos de compradores, con base en sus necesidades, o características. (Kottler & Amrstrong, 2007)

Para cerrar, según el Diccionario de Mercadeo y Publicidad, la segmentación de mercado es una división de un mercado heterogéneo para un producto en un subgrupo que es homogéneo en sus aspectos. (Costa, 2015).

Considerando lo indicado en los párrafos anteriores, el mercado es el conjunto de personas que conforman una oportunidad de comercio, a más de los clientes ya establecidos en un negocio, junto con recursos propios y externos, que conforman la oferta y demanda total de un producto o un servicio.

1.6. Cobertura

Todo lugar, físico o virtual, donde existe, por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y, por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicio. Por tanto, el mercado es el lugar donde se producen transferencias de títulos de propiedad. (Valdes, 2016). Esto indica que actualmente todo lugar debe tener un tipo de cobertura, sea físico o virtual, sea para productos o para servicios, sea a la hora que sea, en cualquier parte del mundo, razón por la cual se está brindando atención especial a esta cualidad.

La cobertura es la cantidad que puede abarcar un bien o un servicio en un determinado lugar geográfico, sin descuidar a ninguno de sus clientes, manteniendo abastecido de productos para el consumo de todos o de personal para realizar los distintos servicios ofertados, de la manera en que ya están acostumbrados a recibirlo.

1.7. Ventas

El término vender comprende una variedad de escenarios y actividades de ventas. Por ejemplo, existen perspectivas de ventas en las que el representante debe entregar el producto al cliente de manera periódica o regular. Para muchos autores, la definición de ventas es complicada de realizar, ya que encierra varios factores determinantes de la venta, pero al momento de establecer una definición real y apegada a la investigación, sobresale la siguiente definición:

El concepto de venta es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea" (Kottler & Amrstrong, 2007); esto da lugar a la optimización de las ventas, no creando productos porque si, sino creando según las necesidades del cliente o del mercado, abriendo más opciones de cobertura ya que, como se conoce, las necesidades siempre van a ser ilimitadas en comparación a los recursos.

La actividad de la empresa será la de comercializar y distribuir productos de consumo masivo. Los productos serán adquiridos directamente de los fabricantes para luego ser vendidos al cliente; en este caso por el tipo de cliente minorista o detallista, este tipo de canal es corto y selectivo. Las decisiones para la empresa sobre distribución serán estratégicas, porque de ello; dependerá reducir los costos en cuanto al factor tiempo y distancia. **(Orellana, 2014)**.

Según se expresa en el párrafo anterior, al momento de vender, no se está tratando solamente de colocar un producto en una percha, se trata de una concepción de valores ya pautados en el mercado, para estandarizar los precios de los productos y no producir monopolios o acaparamiento de los mismos, y, de darse un alza en el valor del mismo, debe ser prorrateada en tiempo y cantidad, nunca debe darse de golpe, ya que afectaría a la imagen y credibilidad del producto.

El mayorista es el intermediario que existe entre el fabricante o el productor y el minorista, este último encargado de vender determinado producto al consumidor final. Un punto importante es que los comerciantes mayoristas maximizan sus ganancias, esto debido a que al comprar grandes cantidades de un determinado producto se logran grandes descuentos debido al volumen de la compra que realiza. (Redacción, 2018). La venta de productos en grandes cantidades se denomina venta al por mayor; por su naturaleza, en todo tipo de comercio, el costo de los productos va a ser mucho más bajo de lo que dan los comerciantes ya que se compran en grandes cantidades y se produce una rotación más rápida de inventario.

1.8. Merchandising

Es el conjunto de técnicas realizadas en el punto de venta (Limas, 2015) para incentivar y estimular el deseo de consumo de los clientes mediante ofertas especiales, regalos, promociones, degustación del producto, publicidad, entre otras.

El Merchandising es el conjunto de métodos que ayudan a que el cliente resuelva con mayor facilidad la compra de un producto aplicando diversas habilidades de persuasión y exhibición para obtener así una mejor rotación del inventario permitiendo generar más ventas.

1.8.1. Medición de la efectividad

Para medir correctamente la efectividad, es necesario medirla en función del nivel de servicio al cliente final, considerando a cada uno de los productos que fabrica la empresa, para ello será necesario medir un flujo de materiales a través de la misma durante una unidad de tiempo, en cual serán homogenizados en una unidad monetaria y la unidad del tiempo considerada será la mínima practica con que es posible trabajar, por ejemplo, semana de operación (Flores, 2004). Medir la efectividad ayuda también a verificar que todas las actividades, operaciones y acciones que se están ejecutando giren en torno a la rentabilidad y los mismos creen valor para el consumidor.

Se determina que la necesidad de medir la cadena de suministro radica los siguientes aspectos:

- Traspasar simple mediciones internas
- Determinar el grado de complejidad
- Definir los requisitos para alinear las actividades logísticas y compartir información de las medidas de desempeño para instrumentar estrategias

- Asignación de beneficios y responsabilidades a través de requisitos. (Tavana, 2013)

1.9. Leyes y regulaciones del mercado de consumo masivo en Guayaquil

La Ley Orgánica de Regulación y Control del poder de mercado establece normativas que permitirán a conocer las limitantes que existen con relación a la investigación y que se encuentran reguladas por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, tales como: la capacidad de los operadores económicos para influir de manera individual o colectiva, así como también, la exhibición de material publicitario para la publicidad personal o de algún producto y/o servicio en locales comerciales como tiendas, minimarkets, supermercados, tiendas de conveniencia, farmacias y pañaleras. (Ley Orgánica de regulación y Control del Poder del Mercado, 2016)

Esto indica que existen normativas para la venta de productos o servicios dentro de la ciudad de Guayaquil, la misma que regula la parte visual del proceso de venta, organizando la parte regenerada como exclusiva, pero, dicha prohibición no afectaría a la venta de los productos de DISTRIBUTION JCR S.A ya que se hacen al por mayor y la exposición de los mismos no forma parte de la estrategia de ventas de la empresa.

1.10. Matriz FODA

La Matriz FODA o análisis FODA es una estrategia de análisis que se aplica en cualquier situación sea de carácter individual, empresarial o de producto. Esta, se basa en identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con el propósito de formar un cuadro situacional del objeto de estudio para llegar a tener un diagnóstico preciso y exacto. (Enciclopedia económica SIPEMS, 2018)

Para una correcta planificación de las distintas actividades del proyecto se debe analizar el sector en el que se desarrollará, mediante la herramienta analítica denominada F.O.D.A., la cual ayuda a identificar y estudiar las fortalezas y debilidades del negocio, identificando aquellos factores internos, sobre los cuales se pueden tener control y pueden ser corregidos oportunamente.

1.11. Diagrama de Ishikawa

Para esta investigación resulta acertado el desarrollo de este tipo de herramienta, El presente es un diagrama de causa-efecto al cual se recurre para poder identificar las causas de un problema empresarial. Los diagramas de espina de pescado pueden aprovecharse como estructura para cuestionamientos sobre los posibles orígenes (raíz) de un problema, además, extienden el panorama al mostrar los distintos criterios del porqué se origina un problema.

El Diagrama de Ishikawa o Diagrama de Causa Efecto (conocido también como Diagrama de Espina de Pescado dada su estructura) consiste en una representación gráfica que permite visualizar las causas que explican un determinado problema, lo cual la convierte en una herramienta de la Gestión de la Calidad ampliamente utilizada dado que orienta la toma de decisiones al abordar las bases que determinan un desempeño deficiente. (GEO Editoriales, 2017)

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se utilizan dos métodos en el análisis estadístico, el método cuantitativo y el método cualitativo. En el presente trabajo, se utilizó ambas técnicas ya que necesitan los dos tipos de enfoques para medir tanto datos fríos como datos cualitativos, es decir, que abarcan opiniones, características, emociones y otros. Los enfoques cuantitativos y cualitativos se aplican en el presente proyecto debido a que permiten obtener información útil de los dos tipos de estudio; es decir, se va adquirir datos numéricos trasladados a porcentajes, para ser interpretados y lograr estrategias adecuadas.

Para el desarrollo del presente trabajo, se ha empleado el tipo de investigación exploratoria ya que al existir una problemática en la optimización de procesos, misma que influye directamente en el desempeño de las ventas, resulta necesario recabar información sobre los problemas y se prepara terreno para dar cabida a nuevos estudios así mismo será empleado en la investigación descriptiva ya que facilita valorar las particularidades del problema y sus elementos, especificando los diferentes conceptos y variables que afectan en la optimización de procesos que influyen en el incremento de ventas del segmento de cobertura minorista en la ciudad de Guayaquil.

La investigación descriptiva implementada consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (Sampieri, 2014). Parte de esta investigación la toma parte la encuesta realizada a los trabajadores que pertenecen al área de ventas de la empresa, los mismos que comparte su punto de vista y ayudan a la mejor comprensión del problema en estudio.

Teniendo en cuenta la etimología de la palabra método la cual en español significa “cambio hacia algo”, se menciona que Método es la ruta que se sigue para llegar a un fin propuesto, dentro de la metodología de la investigación se enfatizan dos métodos las cuales son los más empleados: inductivo y deductivo, mismos que sirven para determinar de mejor manera los datos que luego se van a analizar.

Para este caso en particular se seleccionan ambos métodos; ya que analizan variables del entorno total del Plan de Optimización y van a guiar a una mejor resolución del mismo.

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. (Jimenez, 2019)

Este método se lo aplica en el presente trabajo ya que analiza, a través de la entrevista, más a profundidad las distintas estrategias utilizadas por su Departamento a cargo, permitiendo entender la funcionalidad del mismo y verificar que debe corregirse.

Población

Se entiende por población al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar humano. (RAE, 2018)

Se utiliza como población para la encuesta a los 20 colaboradores de la empresa que conforman el Departamento de Ventas y de Atención al Cliente, mismos que están en contacto directo con las ventas y comentarios de los compradores (positivos o no); ya que se desea conseguir información directa, clara y cotejable para descubrir tanto las anomalías como las buenas prácticas que estos dos departamentos manejan. La entrevista se la dirige al ejecutivo que gerencia las ventas y atención al cliente en DISTRIBUTION JCR S.A.

Análisis de la Matriz de Involucrados del Proyecto

Se utiliza para el análisis de los intereses variados y conflictivos de grupos mezclados directa o indirectamente en el proyecto

Tabla 1. Matriz de involucrados

DIRECTIVOS	Nº
Personal de ventas	12
Personal de AC	8
Total a intervenir	**20**

Fuente: Autor del proyecto

Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Guayaquil, en un periodo de 6 meses desde el inicio del proyecto, en las instalaciones y alrededores de la empresa DISTRIBUTION JCR S.A., la cual se mostró atenta a todo requerimiento y estuvo predispuesta a toda observación que se realizó.

3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Entrevista

La presente entrevista, se realizó al Jefe de Ventas y Atención al Cliente (JVAC), el cual respondió muy cordialmente a 4 preguntas que permiten comprender el estado actual, estrategias e impactos que actualmente enfrentan a través de la competencia y falta de promoción.

1. **¿Cómo percibe usted a la Empresa DISTRIBUTION JCR S,A, en relación con otras similares en el mercado?**

JVAC: Yo pienso que la Empresa DISTRIBUTION JCR S.A ha ido ganando poco a poco mercado, obviamente todavía no se ha llegado donde se quisiera que llegue, pero ya en algunas empresas se refieren al grupo como JCR y no como Juan Carlos Lozada, pero debo aceptar que en algunos casos, las empresas recuerdan el servicio por mí, ya que traje esta cartera de clientes de otra empresa, y más aún porque me encargo personalmente, en los más grandes casos, de cerrar los negocios y ya queda esa cordialidad de por medio, ya que

no cuento hasta el momento con personal que domine la parte técnica y la comercial a la vez, aparte sirve bastante la estabilidad de la empresa que arranca en el 2002, y no se ha visto en problema alguno.

2. **¿Cómo relaciona los servicios que otorga la Empresa DISTRIBUTION JCR y la imagen de la marca que proyecta en el mercado?**

JVAC: DISTRIBUTION JCR S.A cuenta con una carta de presentación o Brochure para sus citas o entrevistas con clientes; sin embargo están conscientes de que es bastante técnica, no es llamativa y es muy básica, una de las batallas a ganar es demostrar la solidez que JCR necesita con el fin de garantizar seguridad y tranquilidad de los clientes, ya que están confiando muchas veces su dinero sin ver su mercadería, sino hasta cuando ya llega la importación realizada; pero ha sido un poco complicado de comunicar y el mensaje que se envía en ocasiones no es muy claro. Se ha tratado dentro de la empresa de hacer cambios, para mejorar el tema de approach con los clientes, pero también están conscientes que, para hacerlo de manera efectiva, se requiere de especialistas o de algún tipo de optimización de procesos que mejoren este primer contacto con el cliente, pilar fundamental para la empresa.

3. **¿De qué forma se promociona la Empresa DISTRIBUTION JCR S.A. en el mercado? Es decir, ¿qué actividades realiza y que medios emplea?**

JVAC: Actualmente la empresa no cuenta con la implementación de ningún plan o actividad comunicacional, debido a la situación económica que está atravesando tanto el país como la empresa ya que, como se indica en la investigación que por cierto, la he podido leer hasta el momento y me parece muy acertada, pues no existe una reactivación en el incremento de clientes o de las ventas, la mayoría de ventas que realiza la empresa en para clientes fijos que, hasta el momento, tienen bastante volumen de pedidos. En cuanto a medios publicitarios, medios tradicionales no se utilizan, se emplea, las pocas veces se muestra la compañía o sus productos, en redes sociales.

4. **¿Con qué método de administración de su mercadería y ventas cuenta el comercial?**

JVAC: El proceso de ventas de la Empresa DISTRIBUTION JCR S.A. en la actualidad, resulta obsoleto e inseguro y esto representa un gran problema ya que tiende a la desactualización del negocio y a la falta de contacto con el cliente, debido a que no llevan un registro de las compras ni de las ventas que realizan. El cliente no recibe ninguna constancia posterior a su compra, ni garantías posteriores o alguna retroalimentación que él pueda brindar para tener seguridad que la calidad de los productos vendidos fue la adecuada; aparte de que los procesos de despacho son algo lentos y no se cuenta con personal para despachos menores, ya que los mismos vendedores son los que tienen que acceder a las bodegas y despachar pequeñas cantidades de producto.

Análisis FODA

Se procede al análisis de los factores externos e internos de la Empresa DISTRIBUTION JCR S.A. para poder plantear estrategias sobre lo encontrado en el presente estudio:

Tabla 2. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Vigencia en el mercado (2002)	Desconocimiento de la marca
Importadores directos	Poca capacitación al personal
Marcas fuertes y reconocidas	Procesos y estrategias desactualizadas
Comercio de varias líneas de productos	Escaso personal para ciertos procesos críticos
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
Apertura del nuevo bloque de negociación Alianza del Pacífico	Constante competencia
Latente relación con proveedores nacionales y extranjeros	Servicios sustitutos
Acceso a nuevas tecnologías	PIB critico

Fuente: Entrevista
Elaborado: Autor del documento

Al presentar el análisis se puede visualizar que las debilidades que muestra DISTRIBUTION JCR S.A. son producto de una mala administración, ya que existen puntos que, con una planeación previa, se pueden mejorar, como lo es la escasez de personal para ciertas actividades propias del Departamento. Luego de este análisis inicial, toca establecer el modelo que mide los impactos que implica cada análisis dentro de la matriz; esto va a permitir identificar niveles de mayor riesgo, siendo calificados desde el que presente el más bajo riesgo, hasta el menos recomendable, para ser tratado, en conjunto a una serie de estrategias.

Tabla 3: Valores - modelo de análisis

Riesgo	Tipo	Calificación	Puntaje
Bajo	Sin Riesgo	A+	1
	Riesgo Bajo	A-	2
Medio	Medio Bajo	B+	3
	Medio Alto	B-	4
Alto	Alto Riesgo	C+	5
	No Recomendable	C-	6

Fuente: Entrevista
Elaborado: Autor del documento

Tabla 4: Resultado del FODA

Factores	Calificación	Puntaje
Fortalezas	8	2
Oportunidades	4	1
Debilidades	14	3,5
Amenazas	9	2,25
Sub-total		8,75
Total		**2,19**

Fuente: Entrevista
Elaborado: Autor del documento

El presente análisis permite evaluar los múltiples factores que circundan una organización, en este caso se analiza según lo indicado en la entrevista, tanto factores internos como externos de DISTRIBUTION JCR S.A. obteniendo como promedio el puntaje de 2.19%, determinado como riesgo bajo, y, para el cual se propondrán estrategias para combatir las calificaciones que diagnosticaron un riesgo alto y así, propender a la baja del resto de índices. Con esto se segura que se va a prestar una mayor atención a los puntos críticos y al mismo tiempo se van a determinar estrategias y mejoras en procesos que ayuden a mejorar los inconvenientes encontrados.

Desarrollo del Diagrama de Ishikawa

El presente análisis, conocido también como Diagrama de Causa y Efecto, se utilizó para comprobar y representar la raíz del problema, dándole así una mejor visión que permita identificar los problemas en la gestión administrativa de DISTRIBUTION JCR S.A. El grafico propuesto más abajo, está compuesto por 4 espinas, que representan los 4 puntos a tratar del Plan de Optimización.

La primera espina, diagnostica la falta de concepción de la marca como tal, ya que no existe un trabajo de reconocimiento de marca, la misma tiende a pasar desapercibida. La segunda espina corresponde a los distintos procesos administrativos que, por falta una previa planificación y por desconocimiento de metodologías, causa problemas tanto internos como hacia el cliente. La tercera espina, muestra la total desconexión de DISTRIBUTION JCR S.A. con el mundo digital, no existen estrategias de promoción ni publicidad en redes sociales y no se cuenta con una adecuada página web, vital en estos días; contribuyendo a que la espina 1 presentada en este trabajo siga creciendo. La cuarta espina trata directamente con el poco o nulo contacto que tiene la empresa con el cliente final, no existe una adecuada retroalimentación y se trabaja casi a ciegas, sin conocer la perspectiva del cliente y sin saber los pormenores que encierran las actividades de venta.

Desarrollo de la Encuesta

- **Los resultados de la Encuesta aplicada al personal de Ventas y Atención al Cliente, fueron los siguientes:**

1.- ¿Cuánto tiempo tiene laborando en la empresa?
Esta pregunta muestra que casi las dos terceras partes del personal encargado de Ventas y Atención al cliente es relativamente nuevo y no tienen la experticia necesaria en el conocimiento de los productos y técnicas de venta, también en ciertos momentos no se puede sentir tan identificado con la compañía.

2.- ¿Si pudiera cambiar algo del Departamento al cual pertenece, qué cambio aplicaría de manera inmediata?
Es muy comprensible que los encuestados tengan esa percepción sobre lo ofertado hasta el momento por la empresa ya que muchos se muestran limitados con los pocos beneficios que reciben, sin darse cuenta que ellos mismo provocan ese poco monto al no "ponerse la camiseta" de la empresa, y, por ende, suceden estos bajones. Nótese que también estaba un campo adicional en la encuesta para indicar incentivos que no se encuentre enlistados y, para sorpresa del investigador, nadie indicó algo acerca de asensos o similares.

3.- ¿Tiene claras las diferentes estrategias a aplicar para cerrar un negocio?
El 40% de los encuestados no tiene claro todavía la metodología de trabajo del Departamento, razón por la cual se deben estar perdiendo negociaciones por falta de preparación o de una inducción previa antes de iniciar labores en Ventas o AC. Se debe aplicar una Metodología de inducción a los trabajadores actuales para corregir este problema.

4.- ¿Con cuanta frecuencia se realizan reuniones con los clientes para verificar el nivel o estado de los productos vendidos?
Esto muestra la poca atención post venta que reciben los clientes de la empresa, se deja demasiado tiempo sin cuidado de verificar la calidad del producto indicado y por lo general, los clientes no reportan daños en la mercadería, lo que optan por hacer es cambiarse de proveedor y eso no es conveniente para la empresa.

5.- ¿Recibe algún incentivo por parte de la empresa al momento de concretar una venta?
La Optimización de estrategias en este punto específico, sin duda alguna es necesaria, cabe indicar que las 3 personas que respondieron que sí, fue porque recibieron un bono mínimo por llegar a la venta de metas de la organización, mas no por algún excedente o venta extraordinaria.

6.- Indique por favor la frecuencia de las capacitaciones en el Departamento. Detalle el tópico que le gustaría recibir.
Sin la debida preparación, como se explica también en la pregunta 4, va a ser muy complicado que un vendedor rinda al 100% por el problema de la preparación o realizar un cierre de ventas de forma concreta como se debería hacer, razón por la cual es indispensable reactivar el sistema de capacitaciones interno.

Desarrollo de la Encuesta

- **Los resultados de la Encuesta aplicada a los Clientes fueron los siguientes:**

Encuesta aplicada a Clientes

1.- ¿Hace cuánto tiempo es usted cliente de DISTRIBUTION JCR S.A.?
En esta pregunta se demuestra la caída de la afluencia de clientes en lo que respecta este 2019, más de la mitad de encuestados confirma mantener un nexo comercial con DISTRIBUTION JCR S.A. hace más de un año, razón por la cual se debe reactivar el flujo de clientes en la empresa.

2.- ¿A través de qué medio se enteró de los productos que oferta DISTRIBUTION JCR S.A.?
Este conjunto de respuestas es muy importante ya que refleja la cero visibilidad digital que tiene DISTRIBUTION JCR S.A. en el mercado donde se desempeña; si no fuera gracias a comentarios positivos que los clientes han recibido de la empresa, no se tendría el poco flujo de clientes que la empresa tiene en la actualidad. Se necesita implementar planes de redes sociales para mejorar la presencia de mercado de la empresa.

3.- ¿Por qué prefiere adquirir productos a través de DISTRIBUTION JCR S.A.?
La atención al cliente es de vital importancia en el desarrollo de estrategias de fidelización, puesto que si un cliente es bien atendido, se tendrá casi garantizado que se va a quedar con la empresa; pero si ninguno de los encuestados mencionó esa cualidad empresarial, se torna preocupante el resultado a futuro, ya que no se cuenta con ese respaldo de retorno del cliente, no existe retroalimentación de experiencia alguna y no se tendrá información de lo bien o mal que se siente el cliente con el producto y/o servicio entregado.

4.- ¿Cómo califica el servicio brindado por DISTRIBUTION JCR S.A. en el tiempo que usted tiene como cliente?
Más de la mitad de los clientes encuestados tienen una percepción cuestionable de la atención al cliente de DISTRIBUTION JCR S.A., ya que ninguno de los encuestados califica como excelente la atención brindada y la mayoría de las respuestas dadas fluctúan entre bueno y regular, razón por la cual es necesario aplicar estrategias para mejorar la atención al cliente de la empresa.

5.- ¿Los precios planteados por DISTRIBUTION JCR S.A. son acordes al mercado?
JCR se encuentra muy similar en cuanto a costos del resto de mercado, esto no deja despuntar a la empresa ya que no permite la diferenciación por costos, y como se revisó en preguntas anteriores, ciertos procesos deben mejorarse también.

CONCLUSIONES

- La revisión de teorías referente a procesos, para un mejoramiento continuo, aporta a la Optimización de los recursos, estrategias y métodos que generan el fortalecimiento de la gestión comercial. En el caso de la presente investigación se utilizaron sustentos teóricos enfocados en la Optimización de procesos con la finalidad de buscar el incremento de ventas del segmento cobertura minorista en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.
- A través del diagnóstico de la situación actual de la frecuencia de distribución del canal minorista, se pudo describir y determinar que la empresa DISTRIBUTION JCR S.A. mantiene falencias en procesos ya que muchos se encuentran desactualizados, y en ciertos momentos el personal no se orienta adecuadamente, ya que no tiene claras

sus funciones, adicionalmente la empresa no tiene presencia de marca y prácticamente su nombre pasa desapercibido.

- Luego de analizar los resultados obtenidos en las distintas herramientas de investigación aplicadas, se pudo determinar las estrategias más adecuadas para armar el contenido del Plan de Optimización que incluye las estrategias que necesita DISTRIBUTION JCR S.A. para mejorar la productividad en su Departamento de Ventas; estos cambios serán a través de las siguientes estrategias propuestas:
    - Aseguramiento del uso correcto de las distintas estrategias y procesos administrativos por parte de los colaboradores del área, mediante la estandarización previa de procesos del Departamento.
    - Establecer estrategias de Marketing que cubran las necesidades empresariales en su totalidad y que resulten eficaces.
    - Establecer estrategias para la mejora del servicio al cliente, estimulando el contacto directo con el mismo, ya sea de manera personal o digital.

RECOMENDACIONES

- Revisar periódicamente los sustentos teóricos referentes a la optimización de procesos, formulación de estrategias y mejoramiento continuo, para estar a la vanguardia de las innovaciones que surjan dentro de su mercado, el cual es altamente competitivo.

- Difundir la situación actual levantada mediante este estudio a los colaboradores de la empresa, con la finalidad de que ellos conozcan el diagnostico actual de la empresa y se conviertan en factores claves para el mejoramiento de los procesos de la compañía.

- Implementar las estrategias presentadas en este trabajo para optimizar la frecuencia de distribución con la finalidad de incrementar las ventas del segmento cobertura minorista en la zona norte de Guayaquil.

BIBLIOGRAFÍA

Bedoya, A. (2012). *Los clásicos de la Gerencia.* Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

Cabrera, H. (2015). *APLICACIÓN DE UN PROCEDIMIENTO DE MEJORA A PROCESOS ORDENADOS SECUENCIALMENTE A PARTIR DE MÉTODOS MULTICRITERIOS.* México: Editorial CienFuegos.

Chiavennatto, I. (2014). *Administración de Recursos Humanos.* México: McGraw Hill.

Costa, J. D. (2015). *Diccionario de Mercadeo y Publicidad.* Brasilia: Edi Panapo.

Enciclopedia económica SIPEMS. (2018). *Enciclopedia económica*. Obtenido de https://enciclopediaeconomica.com/matriz-foda/

Flores, J. F. (2004). *Medición de la efectividad de la cadena de suministro.* Mexico: Panorama Editorial.

Garimella, K. (2015). *BPM.- Business Process Management for dummies.* Madrid : Software Corp. .

GEO Editoriales. (2017). *Gestión de Operaciones*. Obtenido de https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/que-es-el-diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-de-causa-efecto/

Jimenez, A. (2019). *Academia*. Obtenido de https://www.academia.edu/16835717/Metodo_analitico_y_sintetico

Jobber, D. (2014). *Administración de Ventas .* México DF: Pearson Ed. .

Kottler, P., & Amrstrong, G. (2007). *Marketing. Versión Latinoamerica. Decimoprimera edición.* Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Ley Orgánica de regulación y Control del Poder del Mercado. (23 de 10 de 2016). *OAS.-.* Obtenido de https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org7.pdf

Limas, S. (2015). *Marketing Empresarial.* Bogotá: Ediciones de la U.

Orellana, J. (2014). Plan de Negocio para la Creación de una Empresa de Distribución de Productos de Consumo Masivo “Distribuidora JP”. *EUMED*, 5-7.

RAE. (2018). *Diccionario de la Real Academia Española.* Madrid: RAE.

Redacción, M. (2018). *Marketing 4 food*. Obtenido de https://www.marketing4food.com/glosario/mayorista/

Sampieri, H. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw Hill.

Singer, M. (2017). *Una práctica teoría de la optimización lineal.* Santiago: Ediciones UC.

Stanton, E., & Walker. (2007). *Fundamentos de Marketing. 14a. Edición. Pag. 49.* Mexico: McGraw -Hill Interamericana.

Tavana, M. (2013). *Management theories and Strategic Practices for Decision Making.* Business Science Reference .

Valdes, P. (2016). *Académia Educativa*. Obtenido de https://www.academia.edu/20035429/GUIA_1_DEFINICION_DE_MERCADO_Y_TIPOS

009. ¿EL COSTO DE CAPITAL Y LAS POLÍTICAS DE FINANCIAMIENTO EN PROYECTOS DE EXPANSIÓN AFECTA A LA CREACIÓN DE VALOR DE LA EMPRESA?

Autor:

Mgs. Guisella Mera Espinoza.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Ecotec – Ecuador
gmera@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En la actualidad se comprende como creación de valor, a la capacidad que tienen las empresas para generar utilidad por medio de sus actividades operativas y a través de proyectos de inversión. También se define que las empresas buscan crear valor con la finalidad de beneficiar más a los accionistas que a la propia empresa.
Es así como este trabajo busca analizar las principales teorías académicas, tal como Teorema de Miller y Modigliani, con la finalidad de establecer si el costo de capital y la forma como la empresa adquiere sus recursos financieros para cubrir las necesidades de invertir en proyectos de inversión afecta a la creación de valor de la empresa.
También se plantea conceptualizaciones de proyecto de expansión y técnicas de valoración de proyectos como TIR, VAN y PAYBACK, así como la complejidad de decisiones que pueden tomar los directivos en relación con si invertir o no sus recursos. Las herramientas financieras que se han planteado ayudan al lector comprender académicamente cuál es su uso y como estas ayudan a determinar si el proyecto genera rentabilidad y el tiempo en que se recupera la inversión, y como estas decisiones aportan a la creación de valor de la empresa.

Palabras Clave:
Costo de Capital, Proyecto de Expansión, Creación de Valor de empresa, Rentabilidad.

ABSTRACT
At present, the creation of value is understood as the ability of companies to generate profit through their operational activities and through investment projects. It is also defined that companies seek to create value in order to benefit shareholders more than the company itself. This is how this work seeks to analyze the main academic theories, such as Miller's and Modigliani's Theorem, in order to establish whether the cost of capital and the way in which the company acquires its financial resources, to cover the needs of investing in projects of Investment affects the creation of company value.
There are also conceptualizations of expansion projects and valuation techniques for projects such as TIR, VAN and PAYBACK, as well as the complexity of decisions that managers can make in relation to whether or not to invest their resources. The financial tools that have been raised help the reader to understand academically what their use is and how they help determine if the project generates profitability and the time in which the investment is recovered, and how these decisions contribute to the creation of company value .

Keywords:
Cost of Capital, Expansion Project, Creating Enterprise Value, Profitability.

INTRODUCCIÓN

El costo de capital de la empresa es considerado como el costo en que se debe incurrir para poder obtener los recursos monetarios que permitan ejecutar una inversión. Determinar este costo de capital, le permite a la empresa poder determinar su estructura de capital óptima, en la cual se realice un equilibrio entre cuanto se financiará con deuda y cuanto con recursos propios. Esta estructura de capital óptima deberá estar ligada a las políticas de financiamiento que se haya plantado en la empresa. Financieramente al costo de capital se lo emplea como la tasa con la cual podemos evaluar proyectos de inversión tales como los de expansión, y así se determinar los ingresos y egresos que se generan propios de ese proyecto y si el mismo genera los beneficios necesarios que permitan que la empresa recupere su inversión.
Estas dos variables costo de capital y políticas de financiamiento, que mucho se emplean a la hora que la gerencia desea conocer si le es eficiente y eficaz invertir en un proyecto de expansión, son las variables de interés que estudiaremos desde la teorías académicas planteadas con la finalidad de que nos permitan evaluar y en el mejor de los escenario nos permitan también responder la interrogante siguiente: ¿el costo de capital y las políticas de financiamiento que se emplean en evaluar proyectos de expansión afectan en el concepto de creación de valor en la empresa?

DESARROLLO

La metodología aplicada en este trabajo está dada por una investigación documental, exploratoria y descriptiva, debido que para su desarrollo se usaron información de fuentes secundarias disponibles tales como: libros, artículos científicos, que han permitido comprender el tema de estudio.
Es importante realizar la conceptualización metodológica de las variables que se estudiarán en este trabajo, por ello inicialmente se estudia la determinación de cómo obtener el capital que necesita la empresa.

LA TESIS DE MERTON MILLER Y FRANCO MODIGLIANI

Este teorema fue nombrado así en honor a sus creadores Franco Modigliani y Merton Miller, quienes afirmaban que el valor de una empresa no se ve afectado por la forma en que la empresa obtenga el capital necesario, es decir ya sea mediante deuda o aporte de sus accionistas, o por la política de dividendos que aplica.

Dentro de esta estructura académica este teorema juega un papel importante en el estudio de la estructura de capital de la empresa, debido que se considera que el tipo de financiamiento que se seleccione no afecta al valor de la empresa. Por ello se plantea un escenario en el cual existe ausencia de impuestos, costes de quiebra y asimetrías de información.

PROPOSICIONES DEL TEOREMA MODIGLIANI-MILLER (ESCENARIO EN EL QUE NO HAY IMPUESTOS)

Esta proposición plantea el escenario que existe dos empresas idénticas excepto en su estructura financiera. La empresa Uno esta apalancada, es decir es financiada solo con aportes de sus accionistas, mientras que la empresa L se encuentra apalancada, es decir su

estructura financiera se conforma por una parte de deuda y la otra con acciones. Este teorema afirma que el valor de las dos compañías es el mismo:

$$V_U = V_L$$

Proposición I:

Donde:

VU es el valor de la empresa sin apalancamiento = precio de compra de todas las acciones de la empresa, y VL es el valor de una empresa con apalancamiento = precio de compra de todas las acciones de la empresa más todas sus deudas.

Razonamientos del teorema:

Supongamos que un inversor está indeciso entre invertir una determinada cantidad de dinero en la empresa U o en la empresa L. Será indiferente para él comprar acciones de la empresa apalancada L o comprar acciones de la empresa U y simultáneamente pedir prestado en la misma proporción que la empresa L lo hace. El rendimiento de ambas inversiones será el mismo. Por lo tanto, el precio de las acciones de L debe ser el mismo que el de las acciones de U menos el dinero que el inversor B pidió prestado, que coincide con el valor de la deuda de L. (Stephen Ross, 2009)

Para que este razonamiento sea cierto se plantea los siguientes supuestos:

El coste de pedir prestado dinero por el inversor coincide con el de la empresa, lo que sólo es cierto si no hay asimetría en la información que reciben los agentes y si los mercados financieros son eficientes.

Proposición II:

rS es el coste del capital de la empresa.
r0 es el coste del capital de una empresa sin apalancamiento.
rB es el coste de la deuda.
B / S es la ratio entre deuda y capital propio de la empresa.

Esta proposición afirma que el coste del capital de la empresa es una función lineal del ratio entre deuda y capital propio. Un ratio alto implica un pago mayor para el capital propio debido al mayor riesgo asumido por haber más deuda. Esta fórmula se deriva de la teoría del coste medio del capital.

Las dos proposiciones son ciertas siempre que asumamos que:

- ✓ no hay impuestos.
- ✓ no hay costes de transacción.
- ✓ los particulares y las empresas pueden pedir prestado a los mismos tipos de interés.

Supuestos que no se cumplen en el mundo real. Pero su estudio nos permite entender cuál es la estructura de capital óptima, siempre que determinemos que supuestos violamos.

PROPOSICIONES DEL TEOREMA MODIGLIANI-MILLER (ESCENARIO EN EL QUE HAY IMPUESTOS)

$$V_L = V_U + T_C B$$

Proposición I:

VL es el valor de una empresa apalancada.
VU es el valor de una empresa sin apalancamiento.
TCB es el tipo impositivo (Tc) x el valor de la deuda (B)
Existe ventajas para la empresa al encontrarse endeudada debido a que se descuenta los intereses al pagar impuestos. Con lo cual se aplica a mayor apalancamiento mayor deducción fiscal para la empresa. Sin embargo, los dividendos, el coste del capital propio, no pueden ser deducidos en el pago de los impuestos.

$$r_S = r_0 + \frac{B}{S}(r_0 - r_B)(1 - T_C)$$

Proposición II:

rS es el coste del capital propio.
r0 es el coste del coste del capital de una empresa sin apalancamiento.
rB es el coste de la deuda.
B / S es la ratio entre deuda y capital propio.
Tc es el tipo impositivo.

Aquí se demuestra que el coste del capital propio aumenta al aumentar el apalancamiento, gracias al riesgo que se asume.

Supuestos que se aplican:

- ✓ Las empresas son gravadas con impuestos
- ✓ No hay costes de transacción
- ✓ Los particulares y las empresas pueden pedir prestado al mismo tipo de interés

Como explica Fernández y Arago en su trabajo esta proposición hace que a mayor endeudamiento de la empresa el costo de capital medio se reduzca vía ahorros fiscales. Lo cual ocasiona que esta reducción del costo de capital aumente el valor de la empresa porque reducirá el denominador de la ecuación de su valoración mediante el descuento de sus flujos de caja futuros donde la tasa de descuento será ese coste de capital. (Fernández Fiant & Aragó Manzana, 2017)
Se podría deducir de las proposiciones de Modigliani y Miller, que al ser los gastos financieros fiscalmente deducibles en una empresa endeudada esta tendrá un valor mayor que una empresa sin deuda y esto ocasiona que el coste de capital antes de impuesto será superior al coste de capital después de impuestos. (Monserrat Casanovas, 2013)

Con los fundamentos expuesto entonces ¿Qué es el costo de capital?, de la revisión bibliográfica se podría indicar:

COSTO DE CAPITAL

El costo de capital de una empresa está compuesto por el costo de capital de sus fuentes de financiamiento a largo plazo: la deuda, el capital preferente y el capital común. El costo de capital se usa, primordialmente, para tomar decisiones de inversión a largo plazo, por lo que dicho costo se enfoca hacia su empleo en los presupuestos de capital. (Villarreal Samaniego , 2016)

También se puede explicar que los costos de capital para cualquier inversión, son el índice de rentabilidad que los inversionistas desearían recibir como mínimo por sus inversiones, es decir el incentivo que tienen los inversores para tomar sus decisiones, por ello a este se le considera costo de oportunidad. (Castillo & Padilla , 2016)

En la academia se considera al WACC como una tasa de descuento adecuado para calcular el costo de capital, por ello debemos aclarar que es el WACC.
Como determina Molina en su artículo: *Impacto del Costo de Uso del Capital sobre La Inversión Corporativa: Ejercicio a través del Costo Promedio Ponderado De Capital (WACC), para Colombia,* el WACC (por sus siglas en inglés) significa costo promedio ponderado del capital, tasa que se utiliza para descontar los flujos de fondos operativos para evaluar una empresa. Esta tasa es nombrada así porque pondera los costos de cada una de las fuentes de capital, teniendo en cuenta que puede ser mediante recursos propios o de terceros. (Molina Guzmán, 2016)
La fórmula establecida para el cálculo del WACC es:

$$WACC = Ke\ E/(E+D) + Kd\ (1-T)\ D/(E+D)$$

Donde:

- Ke significa Coste de los fondos propios (patrimonio)
- Kd significa Coste de la deuda Financiera
- E significa Fondos Propios
- D significa Deuda financiera
- T es la tasa impositiva

Es importante mencionar que el cálculo de la variable Ke, se lo calcularía con el uso del CAPM (Capital Asset Pricing Model), que es un modelo que se aplica para establecer el precio de un activo o una cartera de activos, cuya fórmula establecida es:

$$Ke = Rf + [E[Rm]-Rf] * b$$

Con el resultado obtenido del WACC, se analizará la decisión de aceptación del proyecto de inversión, por ello la rentabilidad del proyecto deberá ser superior al resultado obtenido.

Según lo expuesto por Daniel Cardona, el WACC constituye la base para la toma de decisiones de inversión en las empresas. Donde su estimación está asociada con variables

como el costo de la deuda y el costo del capital propio que como observamos no recogen directamente los efectos que variables macroeconómicas y microeconómicas tienen sobre el WACC, sin embargo, en esta investigación se identifican y validan las variables macroeconómicas y microeconómicas que influyen en su estimación. (Cardona Echeverri, Gaitán Riaño , & Velásquez Ceballos , 2017)

POLÍTICAS DE FINANCIAMIENTO

De la revisión bibliográfica efectuada se puede explicar que la política de financiamiento es la condición en que la empresa ha establecido como recaudar los recursos financieros que se necesita para los distintos proyectos de inversión. Estas políticas pueden establecer si los recursos necesarios serán obtenidos mediante capitalización o endeudamiento o quizás ambos.
La finalidad de la política de financiamiento es determinar una estructura de capital óptima, por ello Modigliani y Miller, determinaron mediante hipótesis que la composición de las estructuras de capital era irrelevante para el valor de las empresas, negando así la existencia de una estructura de capital óptima, como expresa Valencia en su trabajo de investigación. (Valencia Páez, 2019)

Como explica Romo y Gamboa, en su trabajo de investigación para determinar la estructura de capital que optimiza el valor de la empresa se aplicaría la teoría denominada “Teoría estática de la estructura de capital” que sostiene: “las empresas se endeudan hasta el punto en el que el beneficio fiscal de un dólar adicional de deuda es igual al costo que proviene de la cada vez mayor probabilidad de una crisis financiera”. (Romo Estrada & Gamboa, 2016)
Una vez que se ha explicado teóricamente que el tipo de financiamiento que la empresa emplee para obtener capital no va a afectar el valor de la empresa, se considera primordial también explicar cómo se valoriza una empresa.

VALORACIÓN DE EMPRESA

Valorar una empresa es cuantificar los diferentes elementos que conforman el patrimonio de esta, con la finalidad de conocer el valor intrínseco monetario o un rango especifico de su valor. Con esta valoración no se determina su valor de mercado ni su precio. Por ello, valorar una empresa es una estimación del valor, que dependerá de la situación actual de la empresa y del método utilizado.
Los objetivos que nos lleva a realizar una valoración de la empresa son: conocer la situación actual del patrimonio, verificar la gestión realizada por los directivos, establecer políticas de dividendos, estudiar la capacidad de deuda, reestructurar el capital, entre otros.
Conociendo la conceptualización de estas variables, podemos determinar que son los proyectos de inversión específicamente para la expansión de una empresa.

PROYECTOS DE INVERSIÓN

Según lo expuesto por Villarreal en su libro de Administración Financiera II (Villarreal Samaniego , 2016), considera que los proyectos de inversión se pueden clasificar según el objetivo que se desea cumplir, por ello se dividen en proyectos de expansión o proyectos de reemplazo y que de acuerdo con su naturaleza en proyectos independientes, mutuamente excluyentes y contingentes.

Villarreal también expone en su libro que un proyecto de expansión son los que se realizan con el objetivo de ampliar las operaciones de la empresa. Una empresa que requiere aumentar su capacidad de producción debido al éxito de sus productos en el mercado con toda probabilidad necesitará adquirir más maquinaria y equipo para incrementar su capacidad productiva y poder satisfacer la creciente demanda. Los beneficios esperados de los proyectos de expansión se relacionan fundamentalmente con el incremento de los ingresos de la empresa. (Villarreal Samaniego , 2016)
Con los conocimientos previos establecidos nace la interrogante ¿Cómo valoramos un proyecto?

Aponte, Muñoz y Álzate establecen en su artículo: *La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo,* que la valoración financiera de proyectos facilita la selección de proyectos rentables para las empresas, ya que estos pueden generar valor a la empresa por el aumento de las utilidades de las mismas. (Aponte, Muñoz, & Alzate, 2017)
Por ello, se realiza esta valoración con las principales técnicas académicas conocidas como son: VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno) y Pay-Back (Período de Recuperación). (Soto Gonzalez , Arias Montero, & Sarmiento Chugcho, 2017)

VAN
El valor actual neto o valor presente neto (VPN), es el método que nos permite calcular el valor presente de un número de flujos de caja futuros, producto de una inversión. La metodología consiste en descontar los flujos de caja futuros mediante una tasa de descuento (d), para así determinar su equivalencia en el período 0; con la finalidad de comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. (Marquez díaz & Castro M, 2016)
La tasa de descuento o de actualización es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital (CMPC) y la tasa de inflación del promedio.

La fórmula del Valor Actual Neto sería:

$$\mathrm{VAN} = \sum_{t=1}^{n} \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t.
I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.
n es el número de períodos considerado.
k , ***d*** *o* ***TIR*** es el tipo de interés.

Si los flujos de caja son un monto fijo (rentas fijas), la fórmula del Valor Actual Neto sería:

$$\mathrm{VAN} = -I + \frac{R[1-(1+i)^{-n}]}{i}$$

R representa el flujo de caja constante.
i representa el coste de oportunidad o rentabilidad mínima que se está exigiendo al proyecto.
n es el número de periodos.
I es la Inversión inicial necesaria para llevar a cabo el proyecto.

Si los flujos de caja son unas rentas crecientes, la fórmula del Valor Actual Neto sería:

$$\text{VAN} = -I + \frac{R[(1-(1+g)^n * (1+i)^{-n})]}{(i-g)}$$

R representa el flujo de caja del primer período.

i representa el coste de oportunidad o rentabilidad mínima que se está exigiendo al proyecto.

g representa el índice de incremento en el valor de la renta de cada período.

n es el número de periodos.

I es la Inversión inicial necesaria para llevar a cabo el proyecto.

Si no se conociera el número de períodos a proyectarse, es decir una perpetuidad, la fórmula del Valor Actual Neto sería:

$$\text{VAN} = -I + \frac{R}{(i-g)}$$

INTERPRETACIÓN DEL VAN

- **VAN > 0 :** La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r), por lo cual el proyecto puede aceptarse. Por cuanto el proyecto crea valor a la empresa.

- **VAN < 0 :** La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r), por lo cual el proyecto debe rechazarse. Por cuanto el proyecto destruye el valor de la empresa.

- **VAN = 0 :** La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas, por cuanto la decisión debe ser tomada en base a otros factores. Por cuanto el proyecto no crea ni destruye el valor de la empresa.

VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL VAN

El VAN como ventajas tiene que es un método muy sencillo de aplicar y toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo; pero entre sus dificultades presenta establecer el valor de la tasa de descuento, el coste del dinero a largo plazo, la tasa de rentabilidad a largo plazo, el coste de oportunidad y el coste de capital de la empresa.

TIR

La TIR es útil en la toma de decisiones en relación con la factibilidad de un proyecto. Se denominó así debido a que el valor que arroja es intrínseco del proyecto, y no depende de otra cosa que no sea de los flujos de efectivo del proyecto. (Milanesi, 2016) Por ello, la TIR es el promedio de los rendimientos futuros esperados de la inversión. Es la tasa de descuento que ocasiona que el VAN sea igual a cero.

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{F_t}{(1+TIR)^t} - I = 0$$

Donde:

F_t es el Flujo de Caja en el periodo t.

n es el número de periodos.

I es el valor de la inversión inicial.

OTRAS DEFINICIONES DE LA TIR

- Es la tasa que iguala la suma del valor actual de los gastos con la suma del valor actual de los ingresos previstos:

$$\sum_{i=1}^{N} VPIi = \sum_{i=1}^{N} VPCi$$

- Es la tasa de interés para la cual los ingresos totales actualizados es igual a los costos totales actualizados: $ITAc = CTAc$

- Es la tasa de interés por medio de la cual se recupera la inversión.

- Es la tasa de interés máxima a la que se pueden endeudar para no perder dinero con la inversión.

- Es la tasa real que proporciona un proyecto de inversión y es aquella que al ser utilizada como tasa de descuento en el cálculo de un VAN dará como resultado 0.

TOMA DE DECISIONES BASADOS EN LA TIR

a) **Si el proyecto es de Tipo PRESTAR, es decir los primeros flujos de caja sean negativos y los siguientes positivos**.
   - Si la TIR $\geq$ r ; se aceptaría el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad).

   - Si la TIR $<$ r ; se rechazaría el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida.
     Donde r, representa el costo de oportunidad.

b) **Si el proyecto es del tipo PEDIR PRESTADO, es decir los primeros flujos de caja son positivos y los siguientes negativos**
   - Si la TIR >r , se rechazará el proyecto. La rentabilidad que nos está requiriendo este préstamo es mayor que nuestro costo de oportunidad.

   - Si la TIR <= r, se aceptará el proyecto.

DIFICULTADES EN EL USO DE LA TIR

- **Comparación de proyectos excluyentes**. Dos proyectos son excluyentes si solamente se puede llevar a cabo uno de ellos. Generalmente, la opción de inversión con la TIR más alta es la preferida, siempre que los proyectos tengan el mismo riesgo, la misma duración y la misma inversión inicial. Si no, será necesario aplicar el criterio de la TIR de los flujos incrementales.

- **Proyectos especiales**, también llamado el problema de la *inconsistencia de la TIR*. Son proyectos especiales aquellos que en su serie de flujos de caja hay más de un cambio de signo. Estos pueden tener más de una TIR, tantas como cambios de signo. Esto complica el uso del criterio de la TIR para saber si aceptar o rechazar la inversión. Para solucionar este problema, se suele utilizar la TIR Corregida.

PAY-BACK

Es una herramienta financiera que permite determinara el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión efectuada en un proyecto. Por lo tanto, es una medida rápida de cuánto tiempo la inversión está en riesgo. (Whitman & Terry, 2012)

$$Periodo\ de\ recuperación = \frac{Inversión\ total}{Utilidad\ promedio\ anual}$$

CONCLUSIÓN

El costo de capital se lo considera como el costo que se incurre sobre los recursos monetarios necesarios para realizar una inversión. Esta obtención de capital va a depender de las políticas de financiamiento establecidas por la empresa, si dentro de sus consideraciones esta financiar sus proyectos con deuda o con acciones o reservas.

Para poder argumentar la pregunta de investigación, se ha procedido a analizar metodología académica complementaria tales como: WACC, CAPM, TIR, VAN y PAYBACK, que permiten comprender los temas expuestos.

De la revisión bibliográfica efectuada sobre las variables de estudio y analizando el teorema de Miller y Modigliani se puede evidenciar que la forma como decide la empresa obtener los recursos para cubrir sus necesidades de capital no afecta al valor de la empresa, en presencia de deuda por el efecto de los beneficios impositivos.

La inversión en proyectos de expansión refleja que la empresa desea ampliar su capacidad operativa permitiéndole así ampliar el número de bienes o servicios que podrá ofrecer al mercado. Valorar si un proyecto de expansión es rentable o no, es una tarea ardua que consiste en determinar los ingresos y egresos específicos en que se incurre cuando se decide invertir en un proyecto específico, y determinar si este genera rentabilidad desde su implementación.

Valorar un proyecto de expansión permite a los directivos de una empresa tomar decisiones adecuadas que bien aporten de manera indirecta a generar valorar a la empresa; debido que si un proyecto no genera utilidad se decide suspender el mismo para no seguir desperdiciando los recursos de la empresa.

Finalmente, es necesario anotar que el costo de capital y las políticas de financiamiento relacionados a proyectos de expansión no afectan la creación de valor de la empresa, de acuerdo a las variables del presente estudio, siempre que se evalúen bajo la perspectiva de la teoría tradicional de Modigliani-Miller, sin embargo existen otras teorías tales como: Teoría

del Trade Off entre ahorro impositivo y costo de quiebra, teoría de Agencia, y Teoría de la Jerarquía financiera, que contraponen lo expuesto en la teoría tradicional, siendo variables interesantes de estudio que podrían complementar la presente investigación.

BIBLIOGRAFÍA

Aponte, R., Muñoz, F., & Alzate, L. (2017). La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo. *Ciencia y Poder Aéreo*, https://doi.org/10.18667/cienciaypoderaereo.567.

Cardona Echeverri, D., Gaitán Riaño , S., & Velásquez Ceballos , H. (2017). VARIABLES MACROECONÓMICAS Y MICROECONÓMICAS QUE INFLUYEN EN LA ESTIMACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL . *Revista Facultad de Ciencias Económicas : Investigación y Reflexión*, TOMO 25 N. 1.

Castillo, B., & Padilla , A. (2016). *Aplicación de la Teoría del Teorema Modigliani-Miller en el Análisis Financiero en una Empresa Comercial.* http://35.232.243.130/bitstream/handle/123456789/1204/Aplicacio%cc%81n%20de%20la%20teori%cc%81a%20del%20Teorema%20Modigliani-Miller%20en%20el%20ana%cc%81lisis%20financiero%20en%20una%20empresa%20comercial%20de%20supermercado.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Fernández Fiant, M. A., & Aragó Manzana, V. (2017). *Relación entre la estructura financiera de una empresa y la influencia en su valoración.* España.

Marquez díaz , C., & Castro M, J. (2016). Uso del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación BeneficioCosto en la Evaluación Financiera de un Programa de Vacunación de Fiebre.

MC Jensen, W. M. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure.

Milanesi, G. (2016). La tasa interna de retorno promedio borrosa:desarrollos y aplicaciones. *JournalofEconomics,FinanceandAdministrativeScience*, 39-47.

Molina Guzmán, L. A. (2016). Impacto del costo de uso del capital sobre la inversión. *Económicas CUC 37*.

Monserrat Casanovas, J. (2013). *La Financiación de la Empresa.* Barcelona: Profit.

Romo Estrada, E. R., & Gamboa, F. (2016). *EL COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL Y EL ENDEUDAMIENTO EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ÍNDICES DE RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS DEL SECTOR ALIMENTICIO DE QUITO.* Quito.

Soto Gonzalez , C., Arias Montero, V., & Sarmiento Chugcho, C. (2017). Perspectivas de los criterios de evaluación financiera, una selfie al presupuesto de proyectos de inversión. *INNOVA Research Journal*.

Stephen Ross, R. W. (2009). *Finanzas Corporativas.* México, Df: Mc Graw Hill.

Valencia Páez, J. (2019). *Evaluación de impacto del endeudamiento en la estructura de capital de las empresas colombianas : efectos sobre la rentabilidad.* Bogota.

Villarreal Samaniego , J. D. (2016). *Administración Financiera II.* México , Df: Sicco.

Whitman , D., & Terry, R. (2012). *Fundamentals of Engineering Economics and Decision Analysis .*

010. EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO COMO ALTERNATIVA A LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DESDE EL CANTÓN EL TRIUNFO

Datos autor (s):

Lic. Jomaira Chévez Vargas*
Universidad Ecotec – Ecuador
jomairachevez@gmail.com

MSc.Alina M. Sánchez**
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Ecotec - Ecuador
alsanchez@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente trabajo estudia la producción de banano orgánico y su demanda mundial como alternativa a la diversificación de la oferta exportable en el cantón El Triunfo. El problema consiste en la falta de conocimiento acerca de la producción y comercialización de banano orgánico en los productores bananeros convencionales del cantón, por la poca información sobre el proceso. El tipo de investigación es descriptiva y explicativa con enfoque mixto; se ha utilizado como instrumentos de investigación la encuesta y la entrevista, la primera realizada a los agricultores de banano convencional, y la segunda se enfocó en los productores de banano orgánico.

La producción y exportación de banano orgánico en el Ecuador se ha desarrollado como una iniciativa y a la vez como una opción productiva. Uno de los hallazgos de la investigación es que los países importadores tienen gran preferencia por comprar banano orgánico certificado por encima de la compra de banano convencional, lo cual representa que las ventas y los precios de la caja de banano orgánico son constantes en el mercado, mientras que el tradicional está sujeto a la variación de precios entre oferta y demanda.

Palabras clave: Banano orgánico, certificaciones, mercado, tendencia, asociaciones.

INTRODUCCIÓN

Ecuador produce en su mayor parte banano convencional a través de productos químicos para su cuidado. El banano orgánico es una alternativa innovadora con un notorio crecimiento en los últimos años a nivel mundial. En el cantón El Triunfo, provincia del Guayas, el banano es una de las principales plantaciones agrícolas que tiene, por lo tanto, es de gran importancia analizar cómo se puede producir de modo orgánico para su exportación, debido a la gran demanda en el mercado internacional.

El banano es una fruta de consumo mundial del sector agrícola con gran demanda en los países que la producen. La Asociación de Exportadores Bananeros del Ecuador, AEBE, (2019) señala que "El comercio de este producto abarca diversos países, su principal destino y con una tendencia creciente es Rusia, a éste le sigue la Unión Europea y Estados Unidos."
El Triunfo es considerado uno de los cantones más importantes en la economía de la provincia del Guayas, gracias a su desarrollo agrícola, comercial, industrial y ganadero; la zona está en constante crecimiento tanto económico como social (GAD El Triunfo, 2010). La producción de banano en el cantón tiene niveles crecientes, debido a que las condiciones vegetativas y productivas de las plantaciones son buenas. En consecuencia, los rendimientos alcanzados fueron mayores dado que cosecharon 2 mil cajas de banano convencional al año, lo que incidió a que el volumen de producción haya crecido en 10%. Asimismo, se destacó que los agricultores incrementaron sus inversiones en obras de infraestructura (sistemas de riego fijo), compra de tierras, adquisición de nuevos fertilizantes, entre otros costos. (BCE, 2019).

Producir banano orgánico otorga a los agricultores mejores posibilidades de desarrollo económico y social, incluso optan por cambiar cultivos de banano convencional por banano orgánico, a pesar de los altos costos de producción, el precio de venta los incentiva (Rivas, 2016). Por lo expuesto, este estudio se enfocará en presentar los pasos a seguir para la comercialización de banano orgánico a fin de que sea un elemento de juicio para los agricultores de El Triunfo.

Este documento consta de cuatro secciones, en la primera se muestra la fundamentación teórica del mercado de banano orgánico. La segunda sobre la normativa para la exportación y acuerdos comerciales. La siguiente se relaciona a la metodología de la investigación aplicada y el análisis e interpretación de resultados. Finalmente, en la cuarta se presentarán estrategias para apalancar la diversificación de oferta exportable de banano para la zona seleccionada.

DESARROLLO

El mercado del banano orgánico

América Latina y el Caribe constituyen la región exportadora más importante del mundo por las condiciones agroclimáticas favorables. Se ubica como el segundo productor mundial de bananas y frutas tropicales, detrás de Asia. Ecuador se posiciona como el mayor exportador mundial de banano, respaldado por un clima favorable (Altendort, 2019)
La exportación bananera representa el 2% del PIB general y aproximadamente el 35% del PIB agrícola. (Ministerio de Comercio Exterior, 2017). En el año 2016 la superficie de banano cultivada en Ecuador fue alrededor de 186.222 Ha, distribuidas, principalmente, en las

provincias de Los Ríos (33.67 %), Guayas (27.2 %) y El Oro (22.83 %) de toda esta superficie alrededor de 12.000 Ha fueron cultivadas con banano orgánico (Montoya, 2018).
Durante el 2018, entre enero y agosto, se exportaron $ 191 millones de banano orgánico con aproximadamente 7% de la producción total en el Ecuador (MCEI, 2019). De acuerdo a las cifras registradas por Proecuador y mostradas en la tabla 1, las exportaciones de banano fresco tipo cavendish orgánico han crecido en los últimos años.

Tabla 9

Exportaciones de banano fresco tipo Cavendish orgánico

0803.90.11.10	FOB $	TON $
2016 (ene-dic)	233.252	409.013
2017 (ene-dic)	230.107	400.887
2018 (ene-dic)	291.852	475.254
2019 (ene-mzo)	233.252	409.013

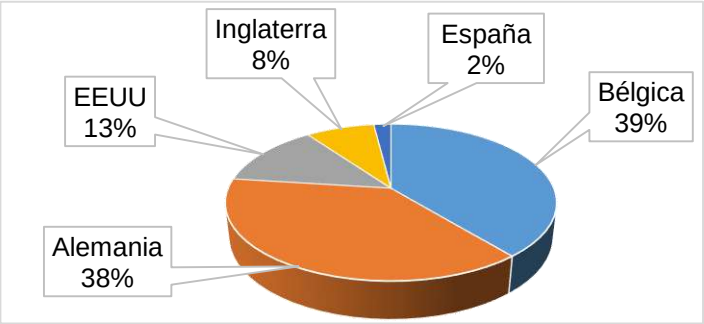
Fuente: Pro Ecuador. Elaboración propia

La competencia por el mercado mundial de banano orgánico es cada vez mayor. De acuerdo a la revista digital agrícola Clúster Banano EM (2017) existen países como Vietnam que conquista varios mercados importantes. Además, la competencia comercial es cada vez más difícil en América Latina, debido a que el banano está en constantes cambios para todos los países, especialmente, para los países bananeros como Ecuador que deben luchar en contra de los grandes mercados. Del mismo modo, Perú es otro país productor de banano, se inclina por centrar su estrategia de mercado en el banano orgánico y se espera un crecimiento de un 15% para los próximos años, más aún con el interés que muestran muchos productores por cambiar a cultivos orgánicos.

La exportación de banano orgánico certificado ecuatoriano, está principalmente enfocado en países desarrollados del primer mundo, principalmente los países de Bélgica y Alemania, seguido por Estados Unidos de Norteamérica, que es uno de los principales países que Ecuador exporta a nivel de América y está por encima de España e Inglaterra, aunque en menor medida, sin considerar los posibles países con nuevos mercados como Suiza, que se caracteriza por consumir el 100% de las importaciones en banano orgánico, o el creciente e innovador mercado japonés, que actualmente consume alrededor del 40% banano orgánico con tendencia al alza, como se muestra en la siguiente figura.

Figura 1

Destino de las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano



Fuente: Clúster Banano JM. (2017). Elaboración propia

En 2017 las importaciones mundiales de banano totalizaron $15.3 mil millones, los expertos aseguran el crecimiento de las importaciones tanto en banano orgánico como el convencional.

Estados Unidos es el mayor importador mundial. Pero la Unión Europea es la que más importa en el mundo. Europa consume $8.8 mil millones en banano importado, el 57.3% de las importaciones a nivel mundial. Otras regiones importantes son Norte América con 20.7% de las importaciones y Asia con 18.1%. A continuación, se muestra el resumen de movimiento en la siguiente tabla.

Tabla 10

Importaciones de banano a nivel mundial año 2017

Items	Principales países importadores	Importación en USD	Proveedores
1	Estados Unidos	$2.8 mil millones (el 18% de las importaciones totales en el mundo).	Guatemala con $1.1 mil millones, 39.2% del total de importaciones; Costa rica con $505.4 millones, 18% del total; y Ecuador con exportaciones por $381.1 millones, 13.6% del total. Otros proveedores importantes de Estados Unidos son Honduras, México, Colombia, Perú, Nicaragua, Tailandia y Filipinas, en ese orden.
2	Bélgica	$1.4 mil millones, 9.1% del total	Los principales orígenes de sus importaciones son Colombia, con $395.1 millones y 28.2% de las importaciones de banano belgas; Ecuador con exportaciones por $181.2 millones, 12.9% del total; y Costa Rica con exportaciones por $141.3 millones, 10% del total. Otros proveedores importantes son Costa de Marfil, Holanda, Perú, República Dominicana, Suriname y Alemania.
3	Rusia	$1.1 mil millones, es decir 7.4% del total de las importaciones.	La principal fuente de las importaciones de banano rusas es Ecuador, con más del 90% del valor de las importaciones. En 2017 Ecuador exportó bananos a Rusia por un valor cercano a los $1 mil millones. Otros proveedores son México con exportaciones por $16.8 millones y Costa Rica con $15 millones.
4	Alemania	$1 mil millones	Sus principales proveedores son Colombia, país que exportó $350 millones y Ecuador con exportaciones por $256.3 millones.
5	Japón	$850 millones	El 85% lo importa desde las Filipinas, aunque, las empresas japonesas quieren diversificar los proveedores considerando la calidad y precio de los bananos orgánicos provenientes de Vietnam.

Fuente: Clúster Banano JM. (2018). Elaboración propia

Otros grandes importadores de banano en el año 2017 fueron:

- Holanda, sus importaciones de banano fue de $832 millones.
- Reino Unido, realizo importación de banano por $829 millones.
- Francia, importó banano por $587 millones.
- China, sus importaciones de banano fue de $579 millones.
- Italia, importó banano por $523 millones.

En cuanto a la producción orgánica, República Dominicana es el mayor productor mundial de banano orgánico, representando más del 55% de la producción mundial de banano orgánico, y el 95% se introdujo a la Unión Europea. De acuerdo a la FAO (2015) este país contaba con cerca de 12 mil hectáreas de banano orgánico y exportaba más de 240 000 toneladas (más de 150 millones de dólares).

Ecuador tiene el potencial para convertirse en el mayor productor de banano orgánico en el mundo y superar incluso a la República Dominicana, ya que el país cuenta con mucha de la infraestructura, técnicas y relaciones comerciales necesarias para expandir su presencia en los mercados de banano orgánico. Pero también existen desafíos para el crecimiento del banano orgánico en Ecuador como son conseguir las certificaciones que exigen los principales países consumidores.

Certificaciones, acreditación y normativas orgánicas

El 0.8% de los predios agrícolas se dedican a la producción orgánica, en este caso existen 13.500 productores orgánicos, de los cuales son 500 productores individuales y 62 grupos con 13.000 productores pequeños. En este caso el 98% de productores representan al sector de agricultura familiar campesina. Se tiene datos de exportaciones solo de cuatro partidas arancelarias que son exclusivas para el sector orgánico con valor FOB de 359 millones de dólares (Baca, 2018).

Se considera banano orgánico a todos aquellos productos de banano que en ninguna etapa de su producción se le adicione fertilizantes, herbicidas, pesticidas químicos o derivados, así como en los suelos donde son cultivados, además de tener una sanidad perfecta y una calidad excelente. (Sánchez, 2009)

Para la producción y comercialización de productos orgánicos se debe cumplir la normativa orgánica del Ecuador, que ayuda a promover y regular la producción ecológica-biológica. Por ende, quien está a cargo de todo el proceso de certificación es la Agencia de Regulación y Control fito, zoosanitario “Agrocalidad”. Mientras que el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP, es la autoridad que proporciona información sólida acerca de la producción orgánica, incluso brinda capacitaciones, a través de sus programas o transferencia de tecnología y comunicación.

Por otro lado, el Centro de Investigaciones Biotecnológicas del Ecuador, CIBE, se dedica a fortalecer la fertilización y el control de enfermedades con fertilizantes y abonos orgánicos que la institución produce bajo el control de Agrocalidad.
La certificación orgánica es un procedimiento que cumple con los requisitos de normas ambientales y sociales, basado en una serie de actividades de inspección continua, auditoría de calidad, evaluación de procesos o productos terminados. La certificación se realiza a través

de entidades que evalúan y acreditan la producción orgánica, los certificados aseguran el cumplimiento con los estándares de calidad del Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, en los productos importados, por lo tanto, a nivel de comercio exterior tiene efecto positivo. Los principales organismos de certificación acreditados son:

- Quality Certification Services, es un organismo de certificación acreditado por el Servicio de acreditación ecuatoriano que cumple las Normativas orgánicas nacionales e internacionales de acuerdo a Estados Unidos, Unión Europea, Canadá, Japón y Taiwán (QCS, 2019).
- Certification of Environmental Standards GmbH - Ceres Ecuador Cía. Ltda. Es una empresa limitada bajo ley alemana, sin embargo, es un organismo independiente de certificación para agricultura orgánica / ecológica, el procesado de alimentos ecológicos, textiles ecológicos, buenas prácticas agrícolas y buenas prácticas de manejo en la industria alimenticia y varios estándares de sostenibilidad en agricultura y procesamiento.
- BCS ÖKO-Garantie. Es una agencia de certificación independiente con casa matriz en Alemania, está acreditado de acuerdo a normas estatales y privadas. Además, brinda capacitación enfocada a la formación y adiestramiento de inspectores orgánicos internos; aplicada para fincas individuales, grupo de productores (BCS, 2018).
- Instituto para la Certificación Ética y Ambiental, presta servicios de certificación, y de acuerdo con los principios de independencia, imparcialidad y competencia técnica en el campo de las actividades relacionadas con el desarrollo ético y sostenible. (ICEA, 2019)
- Control Union Certifications es una red global de servicios independiente, ofrece soporte y conocimiento de campo certificación e inspección de la industria orgánica y agrícola. Posee una amplia gama de programas orgánicos como: Usda, Nop, Jas, entre otros.

Además, cada país cuenta con diferente certificación, por tanto, se tiene varios tipos de certificaciones como:

- Punto verde
- Rainforest Alliance
- NOP National organic program
- USDA Departamento de agricultura de Estados Unidos
- JAS Estándar de agricultura de Japón
- CFIA. Agencia de inspección Alimentaria de Canadá
- COR Régimen orgánico de Canadá
- SAF Safe quality foods,
- HACCP Hazard analysis critical control points

La exportación se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales, en este caso el banano orgánico. Estos envíos se encuentran regulados por una serie de disposiciones legales y controles impositivos que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países. (Navarro, 2013).
Entre los requisitos para exportar banano orgánico se tiene:

1. Contar con el registro único del contribuyente RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas SRI
2. Obtener el certificado de firma digital o Token, a través del Banco Central del Ecuador y security data

3. Registrarse como Exportador en el sistema Ecuapass del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE
4. Registro (exportadores y productores exportadores en MAG, Unidad de banano)
5. Registro como operador de exportación de banano orgánico en Agrocalidad
6. Tener contrato de fruta entre productor y exportador
7. Solicitar inspección fitosanitaria a Agrocalidad vía correo electrónico para la Provincia del Guayas: sanibananogye@agrocalidad.gob.ec
8. El certificado fitosanitario se lo requiere por cada exportación y se lo debe solicitar máximo dos días antes del despacho.

Los documentos que se requieren para la exportación son:

- Packing List, se considera: cantidad, código, peso, volumen, embalaje.
- Factura o Pro-Forma, incluye datos como: información general del importador y del exportador, partida arancelaria, unidad de medida, valor unitario y total, moneda de negociación, demás cláusulas.
- Factura comercial, debe contener: razón social, fecha de expedición, descripción del producto, incoterm, medio de pago, demás cláusulas.
- Permisos y autorizaciones como: certificado de calidad, registro fitosanitario, certificado de origen, certificación orgánica, certificado de buenas prácticas de manufactura BPM, normas de empaque y embalaje, reglamentación ecológica, modo de transporte (marítimo - Bill of loading B/L, aéreo - Air Way Bill – AWB, terrestre - Carta de transporte internacional), seguro de transporte y mercancía, autorización de embarque, certificado de embarque.

El proceso de la exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración aduanera de exportación DAE en el sistema. Los datos que se adjuntan son: a) Dato del exportador o declarante, b) Descripción de mercancía por ítem de factura, c) Datos del consignante, d) Destino de la carga, e) Cantidades y f) Peso y demás datos relativos a la mercancía. Mientras que los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del Ecuapass son: a) Factura comercial original, b) Lista de Empaque, c) Autorizaciones previas, y d) Certificado de origen electrónico (cuando el caso lo amerite).

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación, el exportador contará con un término de 15 días hábiles para completar su declaración. Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado: automático, documental, físico intrusivo.

El Aforo Automático, se refiere a la autorización de salida para que se embarque la mercancía. Mientras que el Aforo Documental es la revisión de documentación digitalizada, una vez cerrada la DAE cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada; y el Aforo Físico Intrusivo se procede revisión documental y adicionalmente se realiza una inspección física con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE (SENAE, 2017).

Según Agrocalidad (2019) en la provincia del Guayas existen aproximadamente 40 compañías exportadoras acreditadas para la comercialización de banano orgánico. Entre las principales están: Chiquita Banana Ecuador Cbbrands S.A, Ubesa Unión de Bananeros Ecuatorianos

S.A. “DOLE”, Reybanpac Rey Banano del Pacifico C.A., Hoyos Garcés S.A, Ecobanec Cia. Ltda., Exporsweet S.A, Bandecua S.A., Uzvi Fruit S.A., Negoplus S.A., Sentilver S.A.

Por otro lado, los exportadores deben considerar los acuerdos comerciales que se tiene con los diferentes países miembros de la Organizaciòn Mundial de Comercio. Entre los más importante se encuentran:

- El Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, proporciona un marco de estabilidad permanente, seguridad jurídica y predictibilidad para reforzar el comercio y la inversión entre ambas partes. Ecuador es el tercer país de la región andina que lo integra junto con Colombia y Perú. “Las relaciones comerciales se tornan privilegiadas para que el comercio de bienes, servicios, compras públicas e inversiones se abran recíprocamente” (SERCOP, 2019)
- El Sistema generalizado de preferencias SGP concede arancel cero o aranceles reducidos a los países beneficiarios, con la finalidad de aumentar los ingresos de exportación, promover la industrialización y acelerar el ritmo del crecimiento económico. Los países que los conforman son: Unión Europea, Estados Unidos, Federación de Rusia, Bielorrusia, Canadá, Japón, New Zealand, Corea del Sur, Noruega, Turquía, Suiza. (SICE, 2019)

METODOLOGÍA Y PRINCIPALES RESULTADOS

El proyecto está orientado a una investigación descriptiva y exploratoria. La investigación descriptiva organiza la información en forma útil y comprensible para facilitar la interpretación del mercado orgánico y sobre los patrones de comercialización; mientras que la investigación exploratoria permite indagar en los bananeros de El Triunfo sobre su interés en el tipo orgánico y los aspectos que requieren para cambiar a esta forma producción y comercialización.
El enfoque aplicado es mixto, para ello se ha utilizado como instrumentos de medición las encuestas y las entrevistas, así como información documental. El periodo en el que se realizó la investigación fue el primer semestre del año 2019 con bananeros de tipo convencional y orgánico del cantón El Triunfo.

Las encuestas se realizaron a productores de banano convencional con la finalidad de examinar el conocimiento que tienen los agricultores sobre la producción de banano orgánico, su control, cuidado, certificaciones e identificar si pertenecen a una asociación o si les interesa ser parte de un gremio local, lo cual les permitiría en conjunto obtener certificaciones a menor precio. Para determinar el número de productores bananeros a encuestar se aplicó la fórmula de población finita, se considera que de acuerdo a los registros del Ministerio de Agricultura existen 115 agricultores del banano tradicional en El Triunfo, considerando un 95% nivel de confianza y 5% de margen de error, se obtuvo 89 encuestas a quienes se le aplicó un cuestionario compuesto por 10 preguntas cerradas, la mitad con escala de Likert.

Los resultados obtenidos de la encuesta revelan que los bananeros (65%) tienen más de quince años en esta rama, la gran mayoría son productores independientes que negocian su banano directamente a las exportadoras, esto ocasiona que no tengan un conocimiento pleno de cómo se trabaja dentro de una asociación ni sus ventajas. La mayor parte indicó su interés en el cultivo de banano orgánico (67%) sin embargo determinan como factores que impiden que la producción de banano orgánico crezca en el cantón son: la dificultad de obtener las

certificaciones requeridas (11%), la falta de asesoría (44%), y el costo de producción (45%), por tanto, al mejorar estos factores se podría tener mayor seguridad y confianza de parte de los productores. Por último, la mayoría de los productores (84%) no conocen sobre los beneficios que se perciben al ser parte de una asociación mientras que el resto si tiene conocimiento, pero no ha comprobado o verificado esto. Sin embargo, si les interesa ser parte de un gremi, tener conocimiento de requisitos de certificaciones, oportunidades comerciales y charlas de capacitación a fin de poder acceder a cultivar banano orgánico, sólo un pequeño grupo no está interesado en lo absoluto en cambiar de cultivo.

Por otro lado, se realizaron entrevistas a cuatro productores independientes y uno asociado de banano orgánico ubicados en el Cantón El Triunfo de los siete que registra el Ministerio de Agricultura, sin embargo, el interés de los autores era entrevistar a la totalidad, pero los otros dos se encontraron fuera del país. Este cuestionario constó de 10 preguntas abiertas a fin de obtener recomendaciones y parámetros que se deben considerar para ingresar a este tipo de cultivo.

Entre los resultados obtenidos de las entrevistas, la mayoría coincide que para iniciar la producción de banano orgánico, se debe cultivar mínimo 10 hectáreas, el rendimiento promedio es de 2 mil cajas por Ha., el costo inicial es de 15 a 22 mil dólares, este precio varía según la localización del terreno, el nivel freático y estado del terreno, mientras que para un cambio de tipo de cultivo de convencional a orgánico se estima un valor promedio de 10 mil debido al aumento de personal, cambio de productos y abonos para el tratamiento y el cuidado de las plantaciones de banano.

Todos señalan que las certificaciones que han accedido es el Global-GA, pero recomiendan que se debería trabajar en otros certificados para abrirse a más mercados, entre las que nombraron están: Fair Trade, NOP-USDA EEUU, JAS Japón. Según lo indicado por los entrevistados, el tiempo aproximado de aprobación de un certificado desde el comienzo de un cambio de cultivo tradicional a orgánico es de 3 años, sin embargo, esto depende de la aplicación que haya tenido el terreno y el tratamiento de las tierras cultivadas. Por último, un factor importante que beneficia a los bananeros orgánicos es el mayor precio (puede llegar a $9 por caja) y la certificación que garantiza un producto de calidad, pero así también se debe considerar el costo de producción por caja es más elevado (puede llegar a $6 por caja), y todos utilizan como canal de ventas a la exportadora Ecobanec Cia. Ltda.

Estrategias empresariales de diversificación

La implementación de la estrategia es la suma total de las actividades y decisiones necesarias para la ejecución de un plan estratégico. Es el proceso mediante el cual objetivos, estrategias y políticas se ponen en acción a través del desarrollo de programas y procedimientos (Wheelen & Hunger, 2013, pág. 292). Se trata de introducir nuevas actividades empresariales para impulsar el crecimiento de un sector, ya sea mediante la comercialización de nuevos bienes, para realizar un nuevo enfoque a los existentes o atraer a públicos a los que no se dirigía hasta ese momento (Cardenas, 2016).

Impulsar el cambio y producción de banano orgánico como una alternativa innovadora, brindando la oportunidad a la comunidad en general de El Triunfo en activar su economía, aumentar el área de cultivo, traer inversionistas y que la economía del sector tenga un

aumento favorable, debe ser un compromiso en conjunto del sector privado y público dado a que el cultivo de banano es una de las mayores fuentes de ingreso del cantón.
Luego de analizar la información recopilada en las encuestas y entrevistas realizadas en El Triunfo ha permitido establecer estrategias empresariales de diversificación enfocadas en impulsar la exportación de banano orgánico en este cantón se ha realizado la propuesta expuesta en la siguiente tabla:

Tabla 11

Propuesta para la diversificación de la oferta exportable de banano en El Triunfo

Acción	Responsabilidad	Tiempo
Implementar charlas de capacitación Fomentar el cultivo de banano orgánico a través de congresos, exposiciones, ferias, etc Otorgar Créditos - Financiamiento	Centros o instituciones públicas y privadas	De 6 meses a 1 año
Crear asociación Impulsar el cambio y producción de banano orgánico como alternativa Identificar clientes confiables	Productores de banano orgánico y convencional	De 6 meses a 1 año

Fuente: Entrevistados bananeros orgánicos. Elaboración propia

Se considera que para realizar mejoras a los agricultores del Cantón El Triunfo y cambiarse del cultivo convencional al orgánico a fin de diversificar la oferta exportable se debe contar con la participación de los entes públicos y privados como Ministerio de Agricultura, Agrocalidad, Centros de Investigaciones, Proecuador, BanEcuador, entre otros, a fin de que puedan implementar charlas de capacitación, fomentar el cultivo de banano orgánico y otorgar créditos. En lo que respecta la propuesta hay temas que deberían ser considerados en las charlas como el cuidado de cultivo orgánico, tratamiento de tierras, control de plagas e incluso la innovación de materiales y maquinarias para la producción de banano orgánico considerando el destino de exportación a fin de obtener las certificaciones requeridas por estos mercados.

Por otra parte, con la finalidad que los productores bananeros de la zona tengan beneficios como capacitarlos para hacer la transición del cultivo tradicional al orgánico, mejorar el proceso de siembra, tiempo, rentabilidad, costo de inversión para una nueva siembra por Ha o en el cambio de cultivo; obtener la certificaciones necesarias que les permitan exportar banano orgánico a los diferentes mercados sin mayores complicaciones, asesoramiento para la exportación, guías para solicitar crédito o financiamiento, entre otros, se ha propuesto crear una asociación de productores de banano orgánico y convencional en el cantón El Triunfo.
Como se ha indicado anteriormente, la producción bananera es una de las principales actividades económicas en El Triunfo, por lo tanto, al diversificar se puede aprovechar sus fortalezas y oportunidades, más aún si este gremio productivo cuenta con una asociación que

los represente y les genere beneficios, de esta manera se ha plasmado los factores internos y externos para los bananeros de la zona como se puede apreciar a continuación.

Tabla 12

Factores internos y externos

Factor	Incidencia	Acción
Interno	Experiencia de productores	Conocimiento tácito Transmisión de información
	Actividades Técnicas	Investigación Mantenimiento Control de calidad Centro de información
Externo	Asociación	Equipo de trabajo Asesoramiento Vinculación
	Centro o instituciones de investigación públicos y privados	Capacitación Consultoría Exposición Feria

Elaboración Propia

CONCLUSIONES

El banano orgánico se presenta hoy en día como una alternativa sostenible. El aumento de demanda de banano orgánico y la poca oferta del producto, favorece al precio de la caja en relación al banano convencional, entonces esta situación se presenta como una oportunidad para impulsar la producción y exportación en el país, sobre todo, en el cantón El Triunfo.
La investigación fue descriptiva y exploratoria, como instrumentos de investigación se utilizaron las encuestas y entrevistas a productores bananeros, la primera a quienes producen banano convencional y la segunda solo se realizó a los de banano orgánico a fin de recopilar información para tener datos más precisos y que sirvan para apuntalar la propuesta. De la información provista se tiene que existen 4246 Has. de banano lo cual permite verificar el potencial de producción en el Cantón El Triunfo.

De los resultados obtenidos, la mayoría de los productores tienen más de 15 años en la actividad bananera, en su gran mayoría son productores independientes que tienen su contrato directamente con las exportadoras. Además, consideran los factores que impiden que la producción de banano orgánico crezca en el cantón el Triunfo son la falta de conocimiento acerca de control y certificaciones y el costo de producción. Sin embargo, el 67% de todos los productores les interesa la producción de banano orgánico.

Se propone fomentar la producción de banano orgánico a través de congresos, exposiciones y ferias, así como crear una asociación que permita la integración y vinculación de todos los productores del sector para obtener beneficios como créditos o financiamientos, con la finalidad de impulsar el cambio y producción de banano orgánico como alternativa a la diversificación ya que los productores en su mayoría no tienen conocimiento sobre la existencia de beneficios que las asociaciones otorgan a sus miembros.

Finalmente, dada la tendencia del mercado internacional, se recomienda a las autoridades competentes y ministerios formular y aplicar estrategias para que los productores de banano orgánico consigan las certificaciones necesarias en nuevos países que tienen mercados con una tendencia creciente, así como de proponer negociaciones con dichos países para facilitar la compra de banano orgánico ecuatoriano certificado y así aumentar la demanda exportable en el país.

BIBLIOGRAFÍA

AEBE (2017). *Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador*. Obtenido de http://www.aebe.com.ec/2017/09/una-mirada-al-sector-bananero-ecuatoriano/

Altendort, S. (2019). *Bananas and major tropical fruits in Latin America and the Caribbean.* Recuperado el 11 de 06 de 2019, de Tropical Fruits Article: http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Tropical_Fruits/Documents/Food_Outlook_May_2019__Tropical_Fruits_Article_.pdf

Atehortúa, Ramírez, F. H., Villegas, Z., & A. M. (2012). *Proquest*. Obtenido de https://search.proquest.com/docview/1231439671?accountid=130858

Baca, I. (2018). *Observatorio del cambio rural OCARU*. Obtenido de https://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/8455-la-agricultura-organica-crece-en-ecuador

Baquero, D., & Mieles, J. D. (2014). *Foro Economía Ecuador.* Recuperado el 11 de 06 de 2016, de Los 'booms' en perspectiva: cacao y banano: http://foroeconomiaecuador.com/fee/los-booms-en-perspectiva-cacao-banano/

BCE (2019). *Banco Central del Ecuador.* Recuperado el 11 de 06 de 2019, de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201804.pdf

BCS (2018). *BCS Ecuador*. Obtenido de BCS ÖKO-Garantie.

Capa Benítez, L. B., Alaña Castillo, T. P., & Benítez Narváez, R. M. (06 de 2016). *SciELO*. Obtenido de Revista Universidad y Sociedad: Llegada del banano orgánico

Cárdenas, E. (2016). *Escuela Europea de Management EEM*. Obtenido de http://www.escuelamanagement.eu/gestion-estrategica/estrategia-de diversificacion-concepto-tipos-y-ventajas

CERES. (2009). *Certification of Enviromental Standars GmbH*. Obtenido de http://www.ceres-cert.com/portal/index.php?id=2&L=2

Clúster Banano. (2019). *Crecimiento de producción de banano orgánico en el Ecuador del 2016 al 2018.* Crecimiento de producción de banano orgánico, Clúster Banano.

Clúster Banano EM. (2017). *Mercado latinoamericano del banano.* Clúster Banano.

Comercio. (2009). *Biocomercio frutas blogspot*. Obtenido de Blogger: http://biocomerciofrutas.blogspot.com/2009/07/definicion-de-productos-organicos.html

Córdova, C. V. (2016). Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UhUKxh2tDK8J:repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11046/1/TESIS%2520CONSOLIDADA%2520BANANO%2520ORGANICO%2520ENERO%25202016%2520VALERIA%2520CORDOVA.pdf+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ec

El Comercio (2018). *Diario El Comercio*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/hito-relacion-comercial-ecuador-eeuu.html

El Telégrafo (2018). *Diario El Telégrafo*. Obtenido de https://www.eltelegrafo.com.ec: https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/ecuador-tratado-efta

FAO (2019). *Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura*. Obtenido de http://www.fao.org/partnerships/background/es/

FAO (2019). Producción de banano orgánico en la República Dominicana. Obtenido de http://www.fao.org/world-banana-forum/projects/good-practices/organic-production-dominican-republic/es/#.XW2rmTZKjIV

Fernández, J. E. (09 de 2016). Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13738/1/JOHANNA%20FERNANDEZ%20TESIS%20final.pdf

Fernández, P., & Díaz, P. (2002). *Metodología de la Investigación.* Coruña.

GAD El Triunfo. (2010). *Alcandía de El Triunfo*. Recuperado el 11 de 06 de 2019, de Gobierno Descentralizado Municipal: http://el-triunfo.gob.ec/TRIUNFO/ http://el-triunfo.gob.ec/TURISMO/index.php/historia/

Guigon, J., Winocour, P. (Productores), Houri, P., & Weingrod, D. (Dirección). (2018). *Documental: Bananas y las Repúblicas* [Película].

ICEA (2019). *Instituto para la Certificación Ética y Ambiental*. Obtenido de http://www.icea.com.ec/

IFOAM (2019). *Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica*. Obtenido de https://www.ifoam.bio/es/ifoam-oi-spanish

INEC (2010). *Ficha El Triunfo - Guayas.* Cifras generales, INEC - Censo de Población y Vivienda.

Learreta B. (2004). *Los contenidos de expresión corporal en el área de educación física en enseñanza primaria.* Madrid.

Machuca, R. M. (2012). Obtenido de http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/351/3/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA%20QUE%20BRINDE%20ASESOR%C3%8DA%20EN%20LA%20CONVERSI%C3%93N%2C%20EL%20MANTENIMIENTO%20Y%20PRODUCCI%C3%93N%20DE%20BANANO%2

MCEI. (2019). Ministerio de Comercio Exterior.

Menéndez, C. (2019). *Universidad Santo Tomas USTA*. Obtenido de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Segunda%20unidad%20Cuanti/el_mtodo_estadstico.html

Mesias, O. (2015). *La Investigación Cualitativa.* Venezuela.

Ministerio de Comercio Exterior, (2017). Informe sector bananero ecuatoriano. Recuperado de: https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/12/Informe-sector-bananero-espa%C3%B1ol-04dic17.pdf

Montoya, J. (2018). *Cluster Banano - ebizor.* Recuperado el 11 de 06 de 2019, de http://banano.ebizor.com/ecuador-puede-ser-el-mayor-productor-de-banano-organico-en-el-mundo/

Navarro, J. (2013). *DefiniciónABC*. Obtenido de DefiniciónABC: https://www.definicionabc.com/economia/exportacion.php

OCARU. (2018). *Observarorio del cambio rural*. Obtenido de https://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/8455-la-agricultura-organica-crece-en-ecuador

Puerto, E. (2018). *EAE Business School*. Obtenido de https://retos-directivos.eae.es/definicion-y-principales-tipos-de-diversificacion-empresarial/#Cuales_son_las_estrategias_de_diversificacion

QCS. (2019). *Quality Certification Services*. Obtenido de http://qcsecuador.com/www/index.php/es/

Rivas, A. C. (2016). Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9625/1/TTUACE-2016-EC-DE00036.pdf

Robson C. (2003). *Real Word Research: A Resourse for Social Scientists and Practitioner-Researchers.* Oxford: Blackwell Publishing.

SAE. (2019). *Servicio de Acreditación Ecuatoriano*. Obtenido de https://www.acreditacion.gob.ec/que-es-la-acreditacion/

Sánchez, E. (2009). *Biocomerciofrutas.blogspot*. Obtenido de Blogger: http://biocomerciofrutas.blogspot.com/2009/07/definicion-de-productos-organicos.html

SENAE. (2017). *Aduana del Ecuador SENAE*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/

SERCOP. (2019). *Servicio Nacional de Contratación Pública*. Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/acuerdo-comercial-multipartes-con-la-ue/

SICE. (2019). *Sistema de Informacion sobre Comercio Exterior*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/GSP_Schemes_s.ASP

Silvanei, G. (2009). *El proceso del Banano.*

Véniza, A. (2008). *Informe Especial Recursos Fitogenéticos.* Recuperado el 11 de 06 de 2019, de Importancia del acceso a recursos genéticos de Musa en América Latina y el Caribe: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/464-907-1-SM.pdf

Vistazo. (2019). Recuperado el 11 de 06 de 2019, de https://www.vistazo.com/seccion/enfoque/mas-banano-organico-ecuatoriano-se-vende-en-el-mundo

Wheelen, T., & Hunger, D. (2013). *Administración Estratégica. Decimotercera edición.* Colombia: PEARSON. Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/hito-relacion-comercial-ecuador-eeuu.html

WHO. (2019). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de https://www.who.int/foodsafety/areas_work/food-standard/es/

011. ANÁLISIS DEL MERCADO ECUATORIANO DE REPUESTOS DE CAMIONES POR INTRODUCCIÓN DE CAMIONES CHINOS Y SUS PARTES

Analysis of the ecuadorian market of truck parts by introduction of Chinese trucks and their parts.

Autores:

Luis Herrera Gordillo Lic.

Mónica Larrea Paredes, Mgtr.,
Universidad Ecotec, Docente,
mlarrea@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente estudio analiza el comportamiento de las importaciones de camiones de 20 toneladas y más desde China, y su afectación en la comercialización de repuestos de marcas americanas principalmente, para la ejecución del trabajo se observó datos estadísticos de importaciones de camiones y de 10 ítems de los repuestos más solicitados, para observar la situación real frente al mercado de repuestos y sus perspectivas de crecimiento. En dichos datos se evidenció el fenómeno que China está provocando a nivel mundial que es el de volverse la máxima potencia en la manufactura. A nivel de importación de camiones logró posicionarse en primer lugar en tan solo 4 años desplazando la tradicional presencia americana lo que genera un cambio en la composición de la flota de transporte pesado cambie hacia dichos vehículos por los bajos precios de adquisición y mantenimiento, fenómeno que también afecta a la división de repuestos.

Palabras clave: repuestos, importaciones, camiones, comercio China.

ABSTRACT

The present study analyzes the behavior of truck imports of 20 tons and more from China, and its impact on the commercialization of spare parts of American brands mainly, for the execution of the work, statistical data of truck imports and 10 items of the most requested spare parts, to observe the real situation regarding the spare parts market and its growth prospects. These data evidenced the phenomenon that China is causing worldwide that is to become the maximum power in manufacturing. At the level of truck import, it managed to position itself in the first place in just 4 years, displacing the traditional American presence, which generates a change in the composition of the heavy transport fleet, changing towards these vehicles due to the low acquisition and maintenance prices, a phenomenon that it also affects the division of spare parts.

Keywords: spare parts, imports, trucks, trade China.

INTRODUCCIÓN

El sector de transporte pesado por carretera de mercancías en el Ecuador es el principal eslabón de la cadena productiva; dicho sector se encarga de distribuir toda la producción nacional a sus distintos destinos, desde el productor hasta el consumidor final. ¨En la economía ecuatoriana el sector "transporte y almacenamiento" representa aprox. un 7% del PIB¨ (Hubenthal, 2015). Para los distribuidores de repuestos para camiones resulta un negocio bastante lucrativo, en especial para los dedicados a repuestos de camiones norteamericanos los cuales hasta el año 2014 poseían el mayor porcentaje de participación.

En la actualidad, todo el sector de repuestos para camiones en el Ecuador opera mediante el sistema de importación desde diversas partes del mundo. Esto debido a la falta de capacidad de producción de esta manufactura en el país. La mayor presencia de camiones en base a su origen siempre ha sido de Norteamérica, esta tendencia se mantuvo hasta hace no menos de una década. La cifra de importación de estos camiones va en declive y por ende el consumo de los repuestos es afectado.

El mercado de camiones, ha sido predominantemente cubierto por equipos importados de Estados Unidos, con marcas como Mack, Freighliner, International, Kenworth, entre otros, de manera minoritaria marcas europeas como Scania, Volvo y Mercedes Benz. Frente a esta realidad, el mercado de repuestos para camiones se ha enfocado en estas marcas, sin embargo, la apertura comercial con China trajo consigo opciones de compra mucho más económicas, a la par que se vio endurecida la carga impositiva contra el sector automotriz en general.

DESARROLLO

A lo largo de la historia de la humanidad el ser humano siempre se vio en la necesidad de adquirir bienes de consumo para satisfacer sus necesidades más básicas. Dicha adquisición de bienes desde tiempos de imperios coloniales se inició por medio de trueques. ¨El trueque es el intercambio de bienes y servicios sin usar dinero en efectivo.¨ (La Prensa, 2004) Aquí no intervenía ningún tipo de cambio y las mercancías se valoraban de acuerdo a la percepción de cada individuo. Para economistas como Adam Smith, perteneciente a la escuela clásica, el trueque fue el inicio de la economía como tal.

¨Esta división del trabajo, de la cual se derivan muchas ventajas, no es originalmente el resultado de ningún tipo de sabiduría humana. Es la necesaria consecuencia, aunque muy lenta y gradual, de una cierta propensión en la naturaleza humana, la cual no tiene en miras una amplia utilidad: la propensión al cambio, el trueque y el intercambio de una cosa por otra.¨ (Hugh-Jones, 1998)
De acuerdo a la historia del pensamiento económico, el comercio internacional empieza a tomar forma en la era de los mercantilistas, en el siglo XV y finaliza junto con el descubrimiento de América. Dándole fin a la edad media, los reinados de cada imperio deseosos de incrementar sus estilos de vida ostentosos dan inicio a la teoría mercantilista, enriquecimiento a su máxima expresión. Esto junto con una civilización avanzando en tecnología tanto en producción agrícola como en métodos de transportación fluvial, comenzaron a explorar el mundo fuera de sus

imperios. Iniciando con los métodos de producción, empezó a existir un cierto excedente el cual ya no había a quién más ofrecer. Ante este panorama el cual es uno de los principios de las exportaciones, los imperios comenzaron a negociar entre sí sus excedentes. El método de intercambio era oro y metales preciosos, buscando siempre una balanza comercial positiva y usando una política económica que restringía las importaciones y favorecía las exportaciones.
En la actualidad, el comercio internacional está tan establecido que es muy difícil decir que un país determinado no forma parte de él, incluso en casos extremos de gobiernos cerrados como es el de Corea del Norte y Cuba. Este tipo de comercio se lo utiliza bajo el mismo principio que el trueque el cual es satisfacer las necesidades de la población, en este caso macroeconómicamente hablando, de los países, utilizando divisas. Es a través de las importaciones, exportaciones, financiamiento internacional, inversiones directas, acuerdos comerciales, entre otros términos que se mide la participación de cada país en el comercio internacional. Los fundamentos básicos para reconocer al comercio internacional son el hecho de que ningún país es autosuficiente, y este necesitará de la presencia de otro que supla las necesidades que le es imposible satisfacer a través de la ventaja comparativa. Puesto este escenario, el país A procede a la compra lo cual conlleva a una importación y por parte del B una exportación la cual se registra en una balanza comercial. Finalmente, para expertos economistas el comercio internacional es de vital importancia para las naciones puesto que aumenta la productividad, como lo explica a continuación.

¨El comercio internacional permite a una nación aumentar su productividad eliminando para ello la necesidad de producir todos los bienes y servicios dentro de la misma nación. Así; un país puede especializarse en las industrias y en los sectores donde sus empresas son relativamente más productivas e importar artículos y servicios en los cuales sus compañías son menos productivas que las de los competidores extranjeros. Las importaciones y las exportaciones son, por consiguiente, partes integrantes del aumento de la productividad.¨ (Porter, 2018)

GLOBALIZACIÓN

Entender el significado de esta palabra es de vital importancia para interpretar las causas y consecuencias de los resultados obtenidos de este proyecto y su objeto de investigación. La globalización es el inicio y uno de los pilares del comercio internacional. Mejor descrito como la integración de múltiples aspectos en la vida desde lo social, político, hasta lo económico de todos los países a través de múltiples herramientas y a consecuencia de determinados eventos a nivel histórico. La idea de globalizar va en conjunto con el derribamiento de barreras, antiguos paradigmas, apertura de fronteras, integración de factores de producción y todo lo imaginable. Es responsable de reducción de costos de economías a escala, aumento de la riqueza, aumento de la competitividad, aumento de la calidad, entre otros, sin embargo, también es responsable del aumento de la pobreza, aumento de la brecha entre ricos y pobres, y sobre todo su punto débil más polémico, la contaminación.

Teniendo su punto de clímax en el último siglo XX, a consecuencia de la I y II Guerra Mundial, la idea de globalización entró en juego y se posicionó hasta la fecha. Desde el ámbito político, gobiernos de los países participantes y actuales potencias mundiales se reunieron en son de que

no se vuelvan a cometer los mismos errores que llevaron a dichas guerras y para corregir las fallas que llevaron a la Gran Depresión, creando así organizaciones mundiales representantes de la globalización. Estas organizaciones son los que actualmente se conoce como FMI y el Banco Mundial, iniciando sus operaciones formalmente en 1946. El objetivo de estas dos organizaciones son brindar asesoría a sus países miembros en temas políticos, económicos y sociales, buscando siempre el desarrollo de todos, principalmente de los países en vías de desarrollo. A finales de los años 90 se creó la organización que es la máxima representación del Comercio Exterior, la OMC, organización en donde se llevan a cabo negociaciones entre países y se supervisan los cumplimientos de estos incluyendo el bienestar social.

Las empresas multinacionales juegan un gran papel en el tema de la globalización puesto que son uno de los agentes que mayor provecho le ha sacado. Para autores como Isabel Turrent, esto se debe a tres factores:

¨Las multinacionales que iniciaron el proceso fueron norteamericanas, pero pronto tuvieron que competir con empresas japonesas, coreanas, alemanas y muchas otras, que han podido aprovechar la globalización porque poseen tres ventajas: tecnología moderna, capital, marcas que la publicidad ha convertido en verdaderos fetiches y una red de distribución que les da acceso a los grandes mercados mundiales.¨ (Turrent, 1997)

La tecnología moderna es un factor decisivo a la hora de globalizar una empresa, esta tecnología tiene un costo alto que no cualquier empresa puede asumir. Normalmente se traduce en todo lo que tiene que ver con maquinaria importada de países fabricantes para lo cual se debe poseer un alto capital. Finalmente tenemos las desventajas de la globalización, existen muchos argumentos en contra que generan mucha polémica. Los principales están en el aumento del desempleo por parte del desplazamiento de las industrias ya que estas pueden decidir irse a otro país por tema de costos y dejar a un lado a sus actuales empleados. Así mismo está la realidad que gracias a la globalización, la brecha entre ricos y pobres se incremente. De la misma forma las tasas de desempleo no se han visto reducidas en los últimos años, cálculos realizados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre la base de Modelos econométricos de tendencias refleja un incremento del 5.07% entre el año 2005 al 2015. (International Labour Organization, 2018)

Por otra parte, tenemos el caso del medio ambiente el cual se está viendo comprometido para las futuras generaciones por el excesivo abuso por parte de las mismas multinacionales. Los gobiernos no toman acción por temor a que estas decidan llevarse sus activos a otro país (efecto de la globalización) y el gobierno se vea afectado económicamente. Sin duda alguna la globalización está aquí para quedarse de una u otra forma. Los políticos y empresas deben encontrar una manera de coexistir de manera sustentable junto con el medio ambiente buscando siempre en bienestar social de los habitantes. Luchando contra esa brecha social que cada vez se expande más, no hay otra opción que decir que la globalización es una realidad.

COMERCIO EXTERIOR

Hablando en términos de bienes y servicios, es el intercambio entre países de dichos términos para satisfacer la demanda local y externa que la producción nacional no puede suplir. Estas negociaciones están marcadas por marcos legales, normas, acuerdos, costumbres, buenas prácticas que los países negociadores establecen previo al desarrollo de las mismas. El objetivo de dichos marcos legales es asegurar el correcto desarrollo y prevenir abusos tales como el dumpin garantizando el bienestar de las industrias locales. Así mismo según datos de la OMC, las exportaciones a nivel mundial han venido en aumento desde mediados del siglo XX, esto gracias al empuje de la globalización y avances tecnológicos. Iniciando en el año 1960 con un nivel de exportaciones llegando a los 157000 millones de dólares (US$ a precios actuales) ha llegado hasta los 23 billones de dólares en el año 2017. (Banco Mundial, 2018)

Las principales bases al comercio exterior tienen sus inicios con Adam Smith en el siglo XVIII en su obra Las Riquezas de las Naciones de 1776, en donde expuso su teoría de la Ventaja Absoluta. Esta teoría establecía que cada país se debería dedicar a producir los bienes en los cuales fuera superior en términos de costo frente a los demás países. Esta teoría implicaba que, si un país tenía todos los recursos, capital, infraestructura, o materia prima obtendría la ventaja absoluta de un determinado producto. Sin embargo, David Ricardo, a principios del siglo XIX desarrolló la idea de ventaja comparativa la cual estableció que cada país se debe dedicar a producir y exportar los bienes en los cuales fueran expertos, manteniendo un costo relativamente más bajo que otros países y en los productos que sean ineficientes produciendo, importándolos de países que sean mejores en ello. Todo esto es considerando siempre que el costo de oportunidad no deberá estar por encima del precio pactado previamente. El desarrollo de la ventaja comparativa tiene como objetivo incrementar el nivel de riqueza de todos los países ya que al dejar de producir un bien en el cual se es ineficiente y se procede a importarlo de un país especializado, se obtienen mayores beneficios para ambas partes. Como ejemplo de ventaja comparativa se cita el siguiente caso.

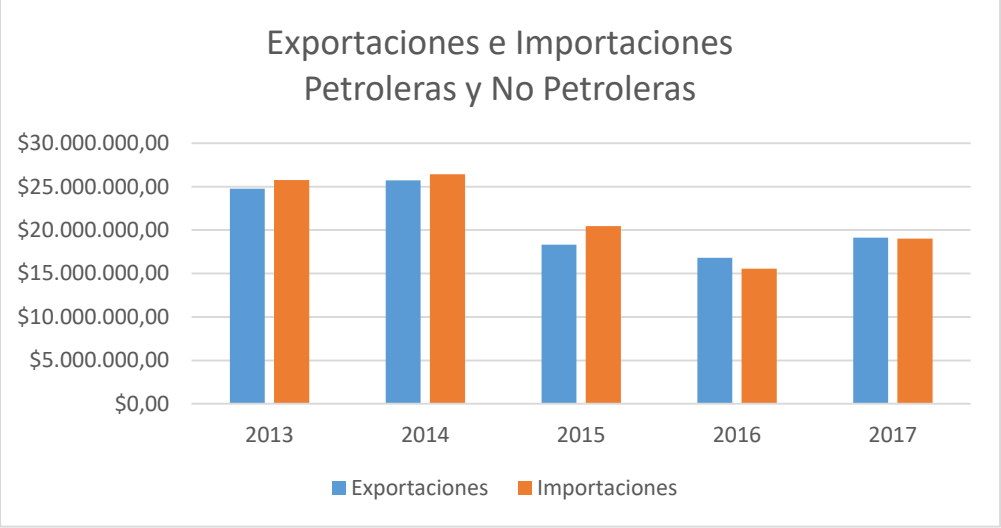
¨Por ejemplo, en el comercio para dos países, si el país “X” es mejor produciendo carros, pero no presenta ventajas en la producción de las gomas, se contrata al país “Y” para proveer las gomas, quién sí tiene ventajas en la producción de las mismas.

Esto permite que el país “X” obtenga mejores costos para la producción del carro final, ya que la decisión de producir un carro con gomas del país “Y” les genera mayor beneficio que producir el carro con sus gomas¨ (Amaro, 2016)
En esta investigación se aplicó el enfoque cualitativo ya que este ¨evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad¨ (Corbetta, 2003) obteniendo un alcance exploratorio – descriptivo. Esto producto de que no se han llevado a cabo anteriormente estudios relacionados al tema escogido por lo que se ofrecerá un primer acercamiento al tema. Se demostró con datos la realidad del sector automotriz de camiones en el Ecuador por lo que en el futuro se podrán realizar otros análisis. Precisamente demostrar esa realidad mediante la interpretación de datos y la observación de los participantes es que se establece un enfoque cualitativo en esta investigación. El autor Hernández Sampieri (2010)

expone lo siguiente: la “realidad” se define a través de las interpretaciones de los participantes en la investigación respecto de sus propias realidades. De este modo convergen varias “realidades”, por lo menos la de los participantes, la del investigador y la que se produce mediante la interacción de todos los actores. Además, son realidades que van modificándose conforme transcurre el estudio y son las fuentes de datos.

El Ecuador en los últimos cinco años ha registrado un deceso tanto en sus importaciones como exportaciones. Las exportaciones tuvieron su repunte en los años 2013 y 2014 principalmente debido incremento del precio del barril de petróleo en ese entonces. Con un barril de petróleo rondando los ¨USD $113¨ (OPEP, 2018) las exportaciones despuntaban a la par que subía el gasto de la población y del gobierno. Por su parte las importaciones se mantenían superiores hasta el año 2015, año en el que entraron en vigencia las salvaguardias a consecuencia del déficit de Balanza de Pagos del país.

Figura 1: Exportaciones e Importaciones Petroleras y No Petroleras (FOB/$USD)



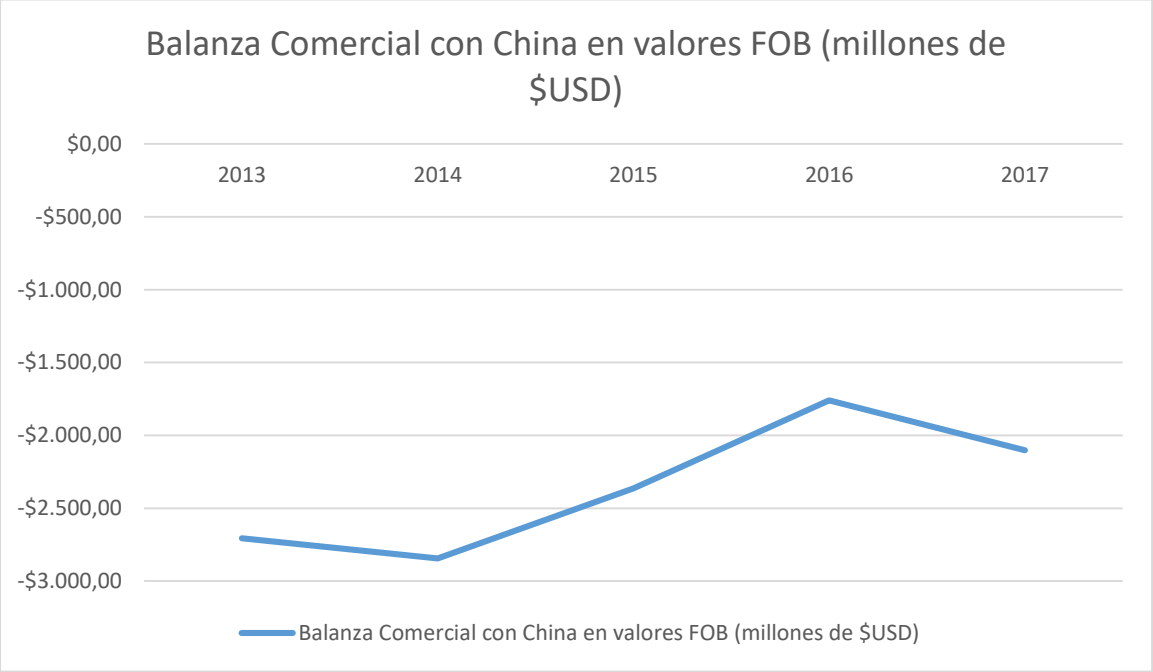
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Después de haber visto los resultados de las exportaciones e importaciones es evidente los resultados de la balanza comercial del Ecuador contra el resto del mundo. Un déficit en los primeros 3 años mientras que existió un superávit en los 2 últimos años. En una economía que dependa casi en su totalidad del sector primario como lo es el de Ecuador, sumado a una dependencia abismal del petróleo es muy probable que exista un déficit comercial. Ecuador mantiene sus mayores exportaciones en productos como banano, cacao, camarones y todo bien extraído de la naturaleza. Esta dependencia impide al Ecuador incrementar su riqueza mediante el procesamiento de dichas materias primas por la ausencia de personal capacitado y los costos que implica levantar una planta. Países de primer mundo compran esas materias primas como es el caso de China, las procesan y proveen de productos finales a países como Ecuador. En este caso a la final se está adquiriendo la misma materia prima a un costo extremadamente alto ya que fue China quien le añadió ese valor agregado, no Ecuador. Así mismo ¨en el año 2015 la economía ecuatoriana entró en recesión. Factores externos como la apreciación del dólar y la

caída del precio del petróleo contribuyeron al deterioro de la economía que había incrementado su dependencia del gasto público.¨ (Departmento de Investigación y Proyectos, 2018) Como respuesta a este panorama, el gobierno del Ecuador optó por aplicar salvaguardias a diversas partidas arancelarias frenando así el ingreso de mercancías y aumentando los recursos financieros estatales logrando un superávit en la balanza comercial en los dos últimos años.

La relación comercial bilateral entre China y Ecuador tiene un antes y un después. Después del año 2007 en donde se posesionó el anterior gobierno de turno, China empezó a ser referente en el marco de la inversión extranjera directa (IED). ¨Múltiples convenios fueron firmados para la construcción de diversas hidroeléctricas, como por ejemplo Coca Codo Sinclair con un valor de USD$ 2200 millones de dólares¨. (El Telégrafo, 2016) Construcciones de diversas carreteras, el equipamiento del ECU 911 y un sinnúmero de proyectos desde la fecha han sido desarrollados por capital chino.
Así mismo se acordaron acuerdos comerciales en donde se permita el ingreso de mercancías ecuatorianas a China con miras a reducir la brecha comercial entre ambos países. Ecuador logró posicionarse como el 10mo mayor socio comercial de China a nivel Latinoamérica (Shan, 2010) lo cual permitió una reducción en el déficit comercial existente entre ambos países. Sin embargo, no ha sido suficiente como se muestra en la ilustración superior ya que la cantidad de productos importados manufacturados de China es muy superior a lo que China compra en materias primas. Dicha situación pone en evidencia la dependencia de Ecuador hacia China.

Figura 2: Balanza Comercial con China en valores FOB (millones de $USD)

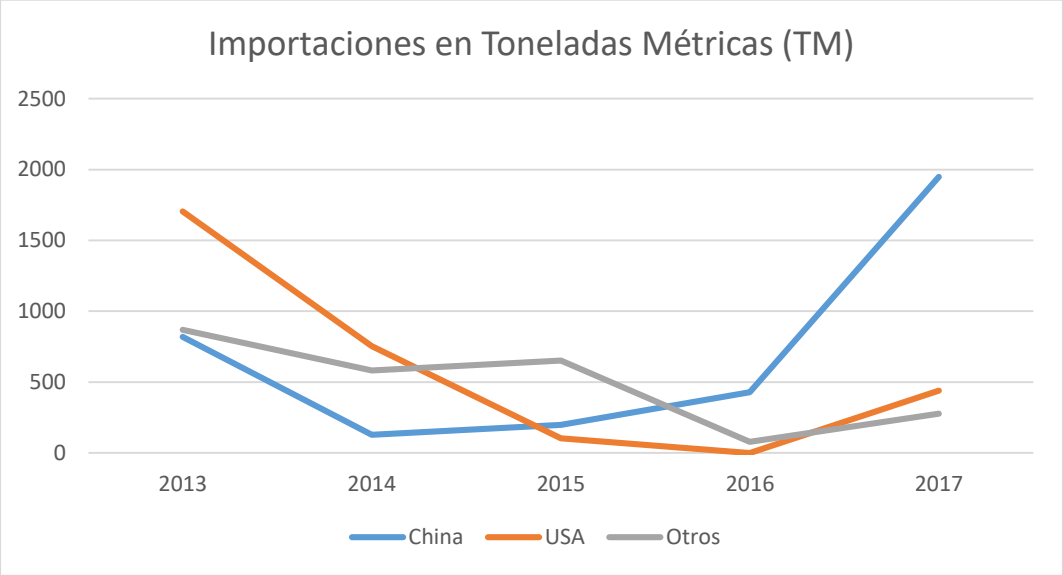


Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

El código de subpartida escogido para realizar el análisis situacional del presente proyecto fue la 8704.23.00.90. En esta sub partida se incluyen todos los vehículos automóviles para transporte de mercancías con motor de émbolo (pistón), de encendido por compresión (diésel o semi-diésel)

y de peso total con carga máxima superior a 20 toneladas. Un cabezal promedio pesa alrededor de 9 toneladas, sumado a que poseen una capacidad de arrastre que permite mover cargas rondando las 20 toneladas sumarían unas 29 toneladas entre cabezal + carga.

Cabezales a los que se provee de repuestos
Figura 3 Código Sub partida: 8704.23.00.90 (Camiones > 20tons)



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

En el recuadro anterior se puede apreciar la evolución de importaciones desde el 2013 al 2017 en toneladas métricas (TM) por su origen. En este caso se escogió China como primer origen, Estados Unidos como segundo y ¨otros¨ en donde se agrupan a cabezales de origen europeo como son las marcas Volvo, Scania y Mercedes Benz. En los últimos cinco años la preferencia del consumidor por adquirir cabezales chinos se ha incrementado de manera considerable sobrepasando así los niveles de importación de marcas americanas y europeas las cuales por tradición siempre fueron superiores. (Tabla 2)
Cabezales a los que se provee de repuestos

Tabla 2

Toneladas Métricas (TM) – Miles de $USD

Subpartida 8704.23.00.90 - Año 2000 - 2005

País	Toneladas	FOB - Dólar	% / Total FOB – Dólar
EEUU	1567.59	12067.55	25.52
Japón	1197.89	8882.73	18.78
Brasil	1064.72	6532.18	13.81
Alemania	790.29	6494.06	13.73
Bélgica	431.33	3433.04	7.26

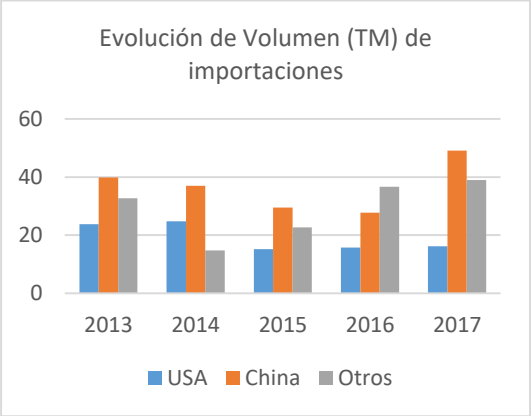
Perú	332.24	3030.18	6.41
México	241.57	1970.47	4.17
Chile	226	1185.65	2.51
España	127.07	934.48	1.98
Colombia	129.90	841.71	1.78
Holanda	86.12	601.67	1.28
Francia	54.51	402.35	0.86
Corea del Sur	84.96	344.99	0.73
China	72.65	272.04	0.58
Austria	28.69	217.79	0.47
Venezuela	6.6	43.11	0.1
Canadá	3.63	31.41	0.07
Zona Franca de Ecuador	2.46	17.71	0.04
Total General	**6448.16**	**47303.08**	**100**

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

La recesión en la que Ecuador entró en el año 2015 producto de la apreciación del dólar y la caída del precio del crudo afectó las decisiones de compra de cabezales. A la par que se firmaron acuerdos comerciales con China, dichos cabezales abrieron paso e ingresaron al país de manera contundente. El mismo comportamiento se ve reflejado en los repuestos en los siguientes recuadros de 10 ítems escogidos en el sujeto de investigación.

Análisis de las importaciones de los ítems seleccionados según partida

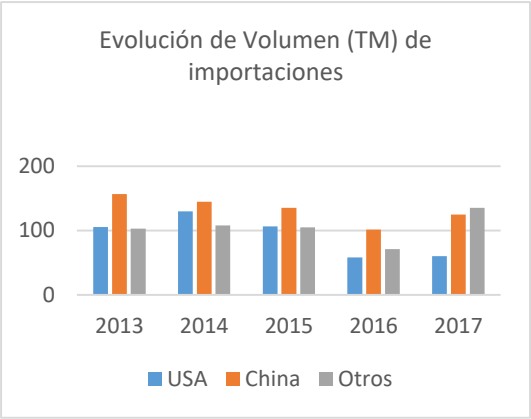
Figura 4
Válvulas de Escape



Fuente: Banco Central del Ecuador

Las válvulas de escape están ubicadas entre los de mayor demanda. Con un récord de venta que sobrepasan las cinco mil unidades año a año van decayendo al igual que su importación en general del todo el Ecuador desde EEUU. Mientras que la misma partida se observa va incrementando si se la considera desde China.

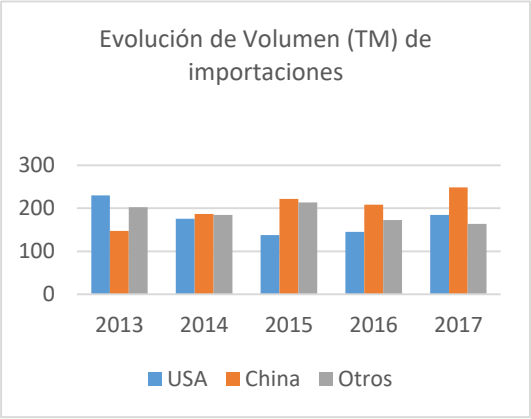
Figura 5
Empaque de cabezote



Fuente: Banco Central del Ecuador

Los empaques de cabezote son una pieza de gran desgaste en todo camión por lo que es expuesto a altísimas temperaturas y está en constante contacto con diversos lubricantes en la culata del motor. Principalmente a nivel motor es lo que más se desgasta y demanda consiguiendo así ser un ítem de alta rotación. Sus niveles de importación tanto desde EEUU como de China van decayendo anualmente siendo China la de mayor participación. Vale destacar su incremento proveniente de otros países como son Alemania, Vietnam y México (otros).
Kit Cilindro O/H 8014-001

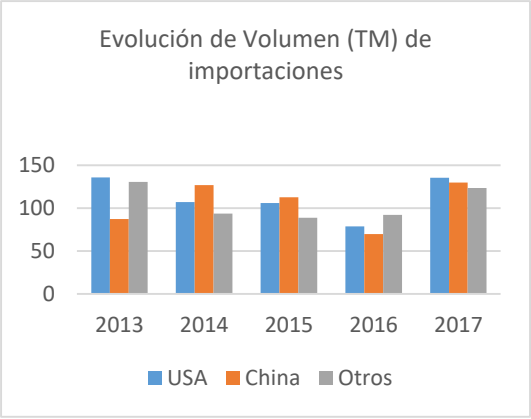
Figura 6



Fuente: Banco Central del Ecuador

Todos los kits cilindro en general son como su mismo nombre los llama kits para reparar un motor por completo (over hall). Está compuesto por diversos productos entre pistones, empaques, chapas bancadas, rines, etc. Su nivel de importaciones no permite apreciar una gran diferencia con China y otros países fabricantes. Anteriormente se mantenía siempre como líder en origen estadounidense. En los últimos años dicho liderato se ha visto frenado como se observa.

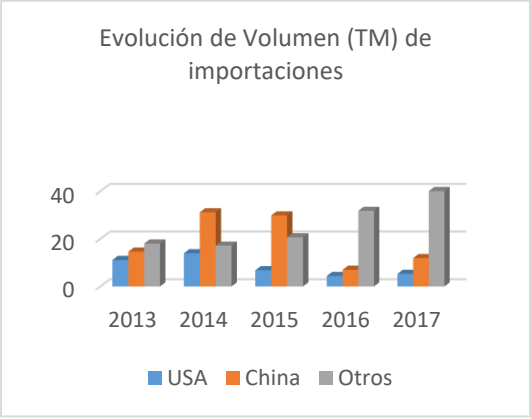
Figura 7
Chapa de Biela



Fuente: Banco Central del Ecuador

Las chapas de bielas han conseguido mantenerse por encima de las Chinas. Es un ítem de bajo costo por lo que para el mercado chino le cuesta diferenciarse. Solo en los años 2014 y 2015 superó a EEUU y por muy poco margen. El resto gana lo americano.

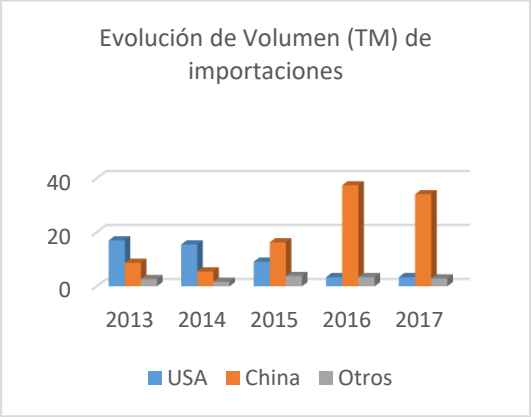
Figura 8
Guía de Válvula



Fuente: Banco Central del Ecuador

Este ítem como se puede apreciar es de los pocos fabricados fuera de EEUU. Forma parte de los pocos productos a los cuales fábrica ha decidido tercerizar su fabricación aprovechando los bajos costos de producción de India para volverse más competitivo globalmente.

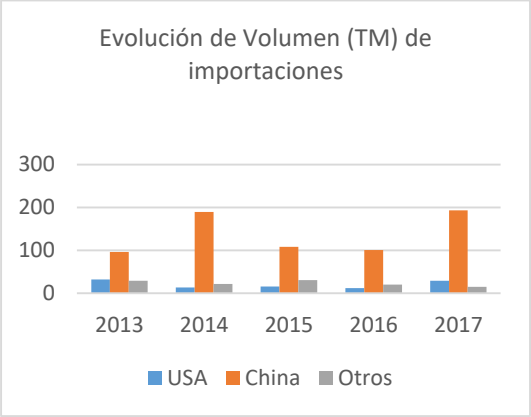
Figura 9
Paquete de suspensión



Fuente: Banco Central del Ecuador

Los paquetes de suspensión en general siempre fueron americanos y preferidos por la clientela. Sin embargo, China se apertura a inversiones extranjeras directas sobre su hierro llevándolo a ser actualmente el productor más grande de hierro en el mundo. Dicho efecto se ve reflejado en las importaciones del ítem en mención que es está hecho absolutamente de hierro.

Figura 10
Camisas de cilindro



Fuente: Banco Central del Ecuador

Una vez más, China domina si se trata de manufacturas hechas netas de hierro. La siguiente tabla es una muestra de los antecedentes de la misma partida de la figura anterior. Es la

demostración de los 6 años previos al 2013 en donde se suma la totalidad de los valores tanto FOB $USD como de las toneladas métricas importadas.

CONCLUSIONES

No se puede negar que China ha sabido aprovechar los efectos y ventajas de la globalización para posicionarse entre las potencias mundiales. Su influencia en el Ecuador está a tal nivel que solo en el año 2015 ingresaron al país 18311 ciudadanos de ese país. (Dirección Nacional de Migración, 2016). Desde el punto de vista económico las negociaciones entre ambos países no son equilibradas por las balanzas comerciales reflejadas. Lo mismo sucede en el consumo de bienes chinos, en este caso de repuestos y cabezales. La dominancia de EEUU en Ecuador en los cabezales está decayendo a tal punto que los cabezales chinos obtuvieron un 2do lugar en la observación realizada.

Considerando el tiempo de vida útil de 32 años de cada cabezal, a la mitad de los cabezales americanos rodando en las vías le queda un tiempo de vida aproximado de 10 años, Es decir, son 10 años los cuales las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos para camiones todavía tendrán esa demanda asegurada, sin embargo, estas deben reflexionar sobre su futuro, seguir con el mismo modelo o adaptarse a la realidad del mercado. Negocios allegados como talleres de mantenimiento y concesionarias de cabezales que se han especializado a las líneas americanas están en la obligación de adaptarse a este cambio en el consumo.

Finalmente, después de haber medido el impacto de la entrada china al mercado ecuatoriano se concluye que tanto líneas de alta como media rotación se han visto afectados en especial en los últimos 4 años.

BIBLIOGRAFÍA

Porter, M. E. (28 de Septiembre de 2018). *LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES.* Obtenido de Google Académico: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30781652/U5-Vent-compet-de-las-Naciones.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1538172140&Signature=N%2F9UB6F6GyxkeHqy9Lcw1gAI3Is%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa_ventaja_co

Turrent, I. (28 de Diciembre de 1997). *Proquest*. Obtenido de Proquest: https://search.proquest.com/docview/376943280?accountid=130858

International Labour Organization. (3 de Octubre de 2018). *International Labour Organization*. Obtenido de Organización Internacionl del Trabajo: https://www.ilo.org/ilostat/faces/oracle/webcenter/portalapp/pagehierarchy/Page3.jspx?MBI_ID=2&locale=en&_afrLoop=807725237279455&_afrWindowMode=0&_afrWindowId=null#!%40%40%3F_afrWindowId%3Dnull%26locale%3Den%26_afrLoop%3D807725237279455%26MBI_ID%3D2%26_a

Banco Mundial. (3 de Octubre de 2018). *World Bank*. Obtenido de World Bank: https://datos.bancomundial.org/indicator/NE.EXP.GNFS.CD?end=2017&start=1960&view=chart

Amaro, C. (30 de Noviembre de 2016). *Analytica*. Obtenido de Analytica: https://www.analytica.com.do/2016/11/macroconcept-ventaja-comparativa-vs-absoluta/

Hubenthal, A. (2015). *Evaluación del sector transporte en Ecuador con miras a plantear medidas de mitigación al Cambio Climático.*

Cámara de Comercio de Guayaquil. (2013). Obtenido de La Cámara: http://www.lacamara.org/website-antes/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20china.pdf

Pulso. (11 de Julio de 2018). *La Tercera*. Obtenido de LT Pulso: https://www.latercera.com/pulso/noticia/inversion-extranjera-chile-crecio-655-record-us8-475-millones-primer-cuatrimestre/239102/#

Banco Mundial. (19 de Septiembre de 2018). *Banco Mundial*. Obtenido de Grupo Banco Mundial: http://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview#1

Balassa, B. (1961). *The Theory of Economic Integration .* Londres: Routledge .

Villasuso, J. M. (2005). *La Unión Aduanera Centro-Americana.* San José: La República.

Romero-Pérez, J. E. (2006). *Tratado de Libre Comercio - Análisis desde la perspectiva ideológica y del Derecho Económico.* San José: Instituto de Investigaciones Jurídicas.

Unión Europea. (7 de Abril de 2018). *Unión Europea*. Obtenido de Unión Europea: https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es

Unión Europea. (7 de Abril de 2018). *Unión Europea*. Obtenido de Unión Europea: https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es

OPEP. (8 de Octubre de 2018). *Datos Macro*. Obtenido de Datosmacro: https://datosmacro.expansion.com/materias-primas/opec?dr=2013-06

Departmento de Investigación y Proyectos. (15 de Enero de 2018). *Cámara de Comercio de Guayaquil*. Obtenido de La Cámara: http://www.lacamara.org/website/blog-post/el-impacto-de-las-salvaguardias-sobre-la-produccion-en-el-ecuador/

Shan, Z. (2010). Suscripción de Convenio Económico [Grabado por E. Telégrafo]. Quito, Pichincha, Ecuador.

Hugh-Jones, S. (1998). *Trueque, intercambio y valor.* Quito: ABYA-YALA.

Banco Central del Ecuador. (9 de Octubre de 2018). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de BCE: https://www.bce.fin.ec/comercioExterior/comercio/consultaTotXNandinaPaisConGrafico.jsp

La Prensa. (25 de Julio de 2004). *ProQuest*. Obtenido de ProQuest: https://search.proquest.com/docview/368692645/AB271022781F46ADPQ/1?accountid=130858

Cermeño, R. S. (10 de Enero de 2016). *ProQuest*. Obtenido de ProQuest: https://search.proquest.com/docview/1773240324/BB5B61EA4E0B4CE7PQ/9?accountid=130858

Goldberg, L. (3 de Noviembre de 1992). *ProQuest*. Obtenido de ProQuest: https://search.proquest.com/docview/368180734/ECB0C51EE7744D0EPQ/11?accountid=130858

El Telégrafo. (17 de Noviembre de 2016). *Ecuador y China suscriben 11 convenios y fortalecen sus relaciones*.

El Telégrafo. (17 de Noviembre de 2016). *Ecuador y China suscriben 11 convenios y fortalecen sus relaciones*.

Corbetta, P. (2003). *Metodología y Técnicas de Investigación Social.* Madrid: McGraw Hill.

Comisión de Tránsito del Ecuador. (3 de Marzo de 2015). Cuadro de Vida Útil para los Vehículos de Transporte Pública. Quito, Pichincha, Ecuador.

JAC Ecuador. (04 de Octubre de 2018). *JAC Motors*. Obtenido de JAC Motors: https://jacecuador.com/listings/hfc-1252-2/

OLX Ecuador. (04 de Octubre de 2018). *OLX Ecuador*. Obtenido de OLX Ecuador: https://ruminahui.olx.com.ec/volqueta-mack-ano-2011-iid-1026719521

Dirección Nacional de Migración. (11 de Abril de 2016). *INEC*. Obtenido de INEC: https://www.elcomercio.com/datos/turismo-ecuador-china-negocios-data.html

Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la Investigación 5ta Edición.* México D.F.: McGraww Hill.

IMHERSA. (1992). Manual de Operaciones., (pág. 3). Guayaquil.

LA HORA. (12 de Diciembre de 2015). *LA HORA*. Obtenido de DIARIO LA HORA: https://lahora.com.ec/noticia/1101894132/cambio-en-vida-til-del-trole-pasa-la-primera-discusin

Corporación Financiera Nacional. (17 de Agosto de 2018). Obtenido de CFN: https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/03/Informe-Rendición-de-Cuentas-2017-preliminar.pdf

012. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2019

Autores:

José Gilmar Gavica Lozano. Licenciado en Administración de Empresas. Ecuador. Correo: jggl_9204@hotmail.com

Clarisa Solange Zamora Boza. Máster en Economía. Universidad Ecotec. Ecuador. Correo: szamora@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La innovación se basa en la mejora continua de los procesos y productos con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores, permitiéndole a la empresa mantenerse en el mercado. El objetivo principal del presente trabajo es analizar la gestión de la innovación en el área de atención al cliente de una empresa de telecomunicaciones en la ciudad de Guayaquil (Ecuador), por medio de un estudio de alcance exploratorio y descriptivo, con diseño experimental de corte transversal realizado a una muestra de 72 empleados y 292 clientes. Dentro de las herramientas usadas se encontró la encuesta y entrevista, de las cuales se obtuvieron datos relevantes como la ausencia de una política de innovación empresarial y la deficiencia de un mecanismo que ayude a consumidor a reportar los daños de manera más eficiente.

ABSTRACT

The innovation is based on the continuous improvement of processes and products in order to meet the needs of consumers, allowing the company to remain in the market. The main objective of this work is to analyze the management of innovation in the customer service area of a telecommunications company in the city of Guayaquil (Ecuador). For that, it was used an exploratory and descriptive study, with an experimental cross - section design using a sample of 72 employees and 292 customers. Among the tools used was the survey and interview, from which relevant data were obtained such as the absence of a business innovation policy and the deficiency of a mechanism that helps consumers to report damages more efficiently.

INTRODUCCIÓN

La importancia de estudiar la innovación viene dada por la capacidad que tiene para mejorar las ventajas competitivas de las organizaciones, además, es la vía para solucionar problemas internos y para diversificar productos. Actualmente, la innovación es un tema de relevancia a nivel empresarial y político, entendiéndose esta, determinante para el crecimiento y desarrollo de las economías.

El objetivo de la presente investigación es analizar el nivel de gestión de la innovación en una empresa en el sector de las telecomunicaciones dedicada a proveer servicios de internet. Y, particularmente determinar el estado de los procesos de atención al cliente, que se consideran un área clave dentro de la empresa.

En la primera parte del estudio se identifican conceptos de innovación, tipos, modelos de la gestión, entre otros importantes; posteriormente, se realiza una medición de la gestión de la innovación de la empresa y del grado de atención al cliente utilizando una encuesta a empleados de la empresa, una entrevista a los directivos y una encuesta a los clientes del servicio.

Para analizar la gestión de la innovación se utilizó el modelo de gestión de la innovación de Robayo (2016) que identifica los productos y procesos principales, el personal dedicado a la investigación y desarrollo de soluciones empresariales, el tipo de innovación realizada, las actividades ejecutadas, los objetivos de la innovación y los factores que dificultan estos procesos; mientras que para indagar en la calidad de servicio se utilizó una encuesta de Salazar y Cabrera (2016) donde se consultó aspectos como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía en la atención al usuario. Se finaliza el estudio con un análisis de los resultados obtenidos y las conclusiones.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. LA INNOVACIÓN

La innovación es el medio mediante el cual los emprendedores o empresarios buscan generar nuevas formas de crear o reutilizar los recursos que poseen para obtener mejores resultados, expresados generalmente en incrementos de valor y ganancias para el negocio (Drucker, 2004). La innovación implica la capacidad de hacer realidad las ideas y buscar una comercialización exitosa, involucrando aspectos comerciales, gerenciales, organizaciones y no sólo tecnológicos (Hernández, Tirado, & Ariza, 2016).

La innovación es un tema que se ha venido desarrollando a lo largo de la existencia de la humanidad, ya que ha sido necesaria para su supervivencia, evolución y para mejorar su calidad de vida. Esta se ha centrado en el impulso de métodos más eficientes y eficaces para satisfacer las necesidades de los consumidores. La innovación puede estar presente en cualquier tipo de organización social, siendo la empresa uno de los lugares más importantes para innovar (López, González, & Vásquez, 2016).

La innovación nace de la necesidad de las empresas por mejorar su competitividad e incrementar su productividad; esto se concentra en la creación de valor que se brinde a los consumidores. El valor se puede presentar en precios menores que la competencia, características diferenciadoras en los productos o servicios, marketing, comercialización, cambios organizacionales, entre otros (Buckland & Murillo, 2014).

1.2. TIPOS DE INNOVACIÓN

Los tipos de innovación que han sido identificados son:

- La innovación radical
- Incremental
- Disruptiva
- De producto/servicio
- De procesos
- Organizacional
- De marketing
- De posición
- De paradigma
- Frugal

La innovación radical es la que produce cambios fundamentales. La incremental refleja un menor cambio de las prácticas actuales de la organización. La disruptiva es la que desarrollan nuevos participantes con soluciones eficaces para ganar mercado. La de productos/servicios se centran en la mejora de estos. La de procesos se refiere a modificaciones en la creación o entrega de los productos/servicios. La organizacional tiene que ver con cambios en los aspectos administrativos. La innovación en marketing, se enfoca en las 4ps: producto, precio, plaza, promoción. La de posición se refiere al posicionamiento en el mercado. La de paradigma son cambios mentales en la organización; mientras que la frugal es el rediseño de productos y procesos al menor costo posible (Oliveira, León, & Moreno, 2019).

Cabe destacar, que la innovación organizacional, de producto/servicio y de procesos son las más importantes y comprenden a las demás. Asimismo, este tipo de innovaciones pueden estar presentes en diversas organizaciones, sin embargo, se destaca a la innovación empresarial en el presente trabajo de investigación.

1.3. INNOVACIÓN EN LA EMPRESA

La innovación empresarial tiene la particularidad de mejorar de forma oportuna los modelos de negocios en las empresas y esto es posible debido al conjunto de cambios que se realizan en estas a nivel de tecnología, así como también en lo productivo, con la finalidad de lograr que las instituciones sean más eficientes, permitiendo con esto poder adquirir participación de mercado del segmento donde compite llegando hasta inclusive a crear uno nuevo; por tanto, lograr una innovación en un negocio le brinda a la empresa una ventaja competitiva con respecto a los competidores del mercado (González, García, Lucero, & Romero, 2014).

De acuerdo con lo expuesto en el párrafo anterior se puede deducir que la innovación empresarial les permite a las instituciones adaptarse a las variaciones que se efectúen en el mercado, por medio de la creación de productos en base a nuevas tecnologías y procesos productivos más eficientes. Otro factor para destacar es que las empresas que tienen como cultura a la innovación tienden a tener una visión a largo plazo creando ventajas competitivas superiores a la de los competidores. En resumen, la innovación permite una mejora significativa en el modelo de negocios de las compañías.

La innovación tiene dos pilares fundamentales, por un lado, la eficacia competitiva y por otro el valor que perciben los clientes. La innovación empresarial parte principalmente del incremento de la eficiencia y esto se da por una valoración oportuna de los factores internos que gobiernan a las empresas y realizar modificaciones para conseguir de manera óptima ser más competitivos en la industria que se desenvuelve.

Otro aspecto importante para considerar es que al innovar se agrega mayor valor a los productos o servicios ofrecidos a los clientes, lo que da como resultado que las estrategias de los competidores no tengan afectación alguna. Para que una institución considere que su estrategia está en función de la innovación empresarial, debe de tener claro la búsqueda constante de mejoras en sus productos y servicios, ofreciendo una calidad superior a los productos y servicios creados, siembre procurando en este proceso reducir los costos de manera significativa y explotando los canales tradicionales y digitales, para obtener un mejor posicionamiento de los productos en el mercado en el cual se desenvuelve (Hernández, Cardona, & Raad, 2017).
Entonces, la innovación parte de dos bases para alcanzar su máximo esplendor; por un lado, el mejorar de manera oportuna la cadena de valor de los procesos dentro de la organización para suprimir los que no aportan valor al proceso interno y por otro lado aumentar de manera importante el valor que perciben los clientes en función del bien o servicio ofrecido, agregando un valor diferenciador que lo haga destacar en relación con la competencia del segmento de mercado.

Los clientes en la actualidad han evolucionado con igual similitud que la tecnología; por ende, dentro de las exigencias particulares está el acceso de forma más eficiente a canales que conecten de manera oportuna con las marcas que sienten afinidad, como por ejemplo las ventas online y una atención al cliente virtual. Por lo expuesto, es la importancia de una adecuada gestión de innovación, ya que por medio de ella es posible realizar una mejor administración y organización de recursos económicos y humanos, para poder adquirir un conocimiento que permita el desarrollo de nuevos productos, mejorando los procesos ya establecidos en la producción, así como en la etapa de distribución de estos (Sánchez, 2014).

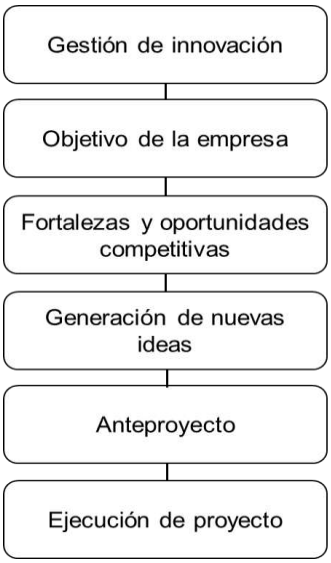
Con todo esto, la innovación empresarial se ha constituido en un instrumento de gran valor para las organizaciones, ya que permite un crecimiento exponencial en las empresas, sean estas de ventas de productos o servicios, o públicas y privadas. Por tanto, este tipo de gestión puede ser aplicada a todo tipo de organización.

1.4. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

Para que la innovación sea gestionada de manera oportuna en las organizaciones, esta debe de partir definiendo los objetivos que tiene la empresa, así como también cuáles son las fortalezas y oportunidades competitivas, las cuales son previstas en el plan estratégico desarrollado por la organización. Una vez se tenga claro este plan se procede al siguiente movimiento, el cual hace referencia a la generación de ideas por medio de la articulación de la creatividad a la interna de la institución y esta debe de contener principalmente un aspecto diferenciador que no se debe de constituir en algo técnico, sino más bien novedoso que diferencie a lo realizado por la competencia que se encuentra en el sector de mercado que se desenvuelve la empresa.

Teniendo este conjunto de ideas creativas se procede a la evaluación de estas para verificar si estas cumplen con los parámetros impuestos en el plan estratégico para su aplicación o actualización, para concertar la realización del anteproyecto y una vez pasado todos estos filtros se procede manera instantánea a la ejecución del proyecto (Varela & Flores, 2014). A continuación, se muestran los pasos de la gestión de la innovación.

Figura 1. Pasos para la gestión de innovación



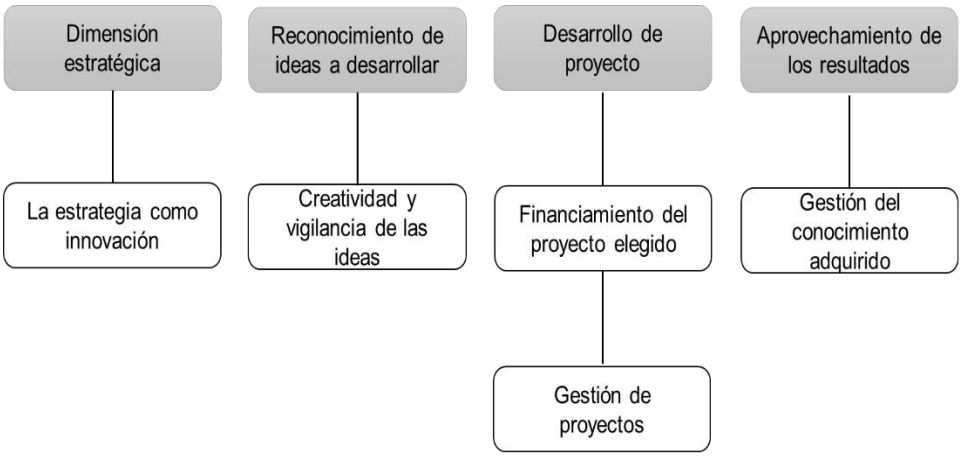
Fuente: Varela y Flores (2014).

Dentro de lo referente a la gestión de la innovación, la puesta en marcha de nuevos procesos o enfoques administrativos son de gran ayuda para alcanzar e incrementar de manera satisfactoria la eficiencia en la organización. Partiendo desde la generación de ideas como se describió antes, para posteriormente pasar una serie de validaciones que terminan en el desarrollo e implementación de las ideas planteadas que están en dirección de lo descrito por el plan estratégico de la empresa, lo que permitirá alcanzar los objetivos de este.

Con los parámetros establecidos con respecto a la innovación y su aseguramiento en las organizaciones es de vital importancia que se proteja de manera oportuna los resultados obtenidos en el proceso, ya que se convierten en un pilar importante para la rentabilidad de los

negocios por medio del conocimiento generado (Villaseca, 2014). Cada institución que aplica el proceso de gestión de innovación debe realizar una serie de fases de manera paulatina para garantizar el éxito durante el proceso:

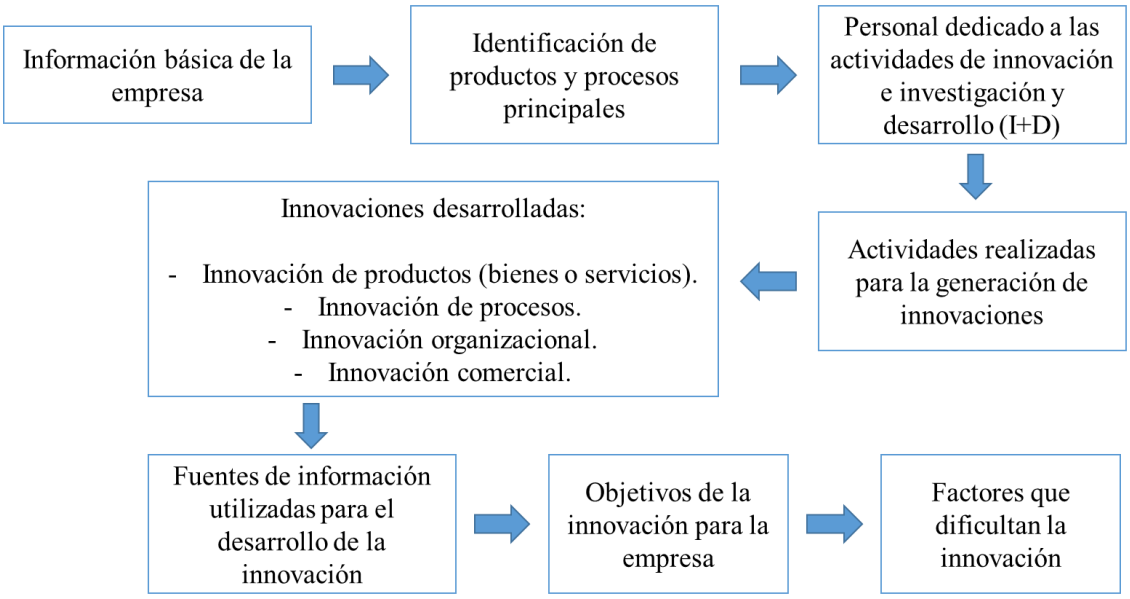
Figura 2. Dimensiones en la gestión de la innovación



Fuente: Villaseca (2014).

La innovación en muchas ocasiones se la encasilla con base en resultados como nuevos productos o servicios, que es lo más visible de parte de un observador externo. Sin embargo, existen procesos implícitos dentro de este resultado, los cuales se deben a innovaciones. Por tanto, la gestión de la innovación debe ir acorde a un conjunto de esfuerzos de parte de todas las áreas de la empresa para llegar a un bien común (Robayo, 2016). A continuación, se presenta un modelo para medir la gestión de la innovación.

Figura 3. Modelo para medir la gestión de la innovación



Fuente: Robayo (2016).

En el modelo para medir la gestión de la innovación se inicia con información básica de la empresa, luego se identifican los productos y procesos principales. Posteriormente se realiza un mapeo del personal dedicado a actividades de innovación e investigación y desarrollo (I+D). Se evalúan las actividades generadoras de innovaciones y se detallan las distintas innovaciones desarrolladas, ya sea de productos/servicio, de procesos, organizacional o comercial. Además, se debe indagar sobre las fuentes de información utilizadas para el desarrollo de la innovación, los objetivos de la innovación para la empresa y los factores que dificultan la innovación (Robayo, 2016).

1.5. INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Rubio (2014) señaló que la calidad de servicio constituye una prioridad competitiva, más aún en estos tiempos de incertidumbre; por tanto, es importante brindar una buena atención al cliente por medio de procesos innovadores, ya que la información viaja de una manera más acelerada por estar en la era de la información y de esta dependerá la satisfacción del cliente.

La mejor publicidad que puede tener una empresa es un cliente satisfecho por sus múltiples implicaciones como el “boca en boca”. Por medio del internet y las redes sociales, es más fácil obtener la experiencia del usuario en un determinado producto o servicio. Debido a esto, es fundamental que las experiencias vividas en la atención del cliente sean las mejores posibles. El cliente en la actualidad no solo se enfoca en la búsqueda de buenos precios y calidad, sino también de un servicio adecuado. Esto se da por el aumento de competidores en el mercado con productos de características más variadas; por ende, es esencial aportar un valor agregado a los productos o servicios por medio de la diferenciación.

En este sentido, se identifica el papel del área de servicio al cliente, puesto que esta permite tener una interacción amplia con respecto a las características de un producto o servicio en particular y de los beneficios que ofrece este, garantizando un lazo con la empresa, lo que conlleva en muchas ocasiones a una fidelidad por parte del cliente con la marca que vende determinado artículo debido a la atención recibida.

2. METODOLOGÍA

2.1 OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio es una empresa de telecomunicaciones que ofrece servicio de internet a hogares y empresas. La visión de la organización va orientada a liderar el mercado regional por medio de la tecnología e innovación, otorgando a los usuarios la mejor experiencia online; incentivando relaciones duraderas con los clientes y stakeholders, a través de un trabajo lleno de pasión, integridad y espíritu de servicio, buscando la eficiencia operativa sostenible.

La política de calidad de la empresa se basa en proporcionar servicios digitales para hogares y emprendedores, apoyados por un equipo humano especializado y comprometido con la satisfacción de nuestros clientes, cumpliendo los requerimientos de las partes interesadas y

mejoramiento continuo de nuestros servicios, para obtener crecimiento sostenido y una rentabilidad que garantice la operación de la compañía a largo plazo.

2.2 TIPO Y MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tuvo un diseño no experimental de corte transversal. La investigación no experimental es aquella que no modifica las variables de estudio; es decir, las estudia tal cual se manifiestan en su contexto natural. La investigación de corte transversal o transeccional es aquella que toma los datos o información en un momento específico de tiempo en una sola ocasión a la muestra de estudio (Montano, 2019).

La presente investigación tuvo un enfoque mixto. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el enfoque mixto es el que está compuesto de una parte cuantitativa y otra cualitativa. El componente cuantitativo se enfoca en las mediciones numéricas, utilizando la estadística como parte principal de su análisis; una de sus principales ventajas es la medición objetiva del fenómeno de estudio. El componente cualitativo, en cambio, se analiza subjetividades del objeto de estudio, buscando entender en su ambiente natural por qué suceden las cosas; en las investigaciones cualitativas se suele utilizar herramientas como las entrevistas, grupos focales y observaciones.

En este trabajo de investigación se utilizó el enfoque cuantitativo debido a que se presentaron los datos por medio de tablas de frecuencia y pasteles estadísticos, dando hincapié en el análisis de los porcentajes identificados. El enfoque cualitativo se utilizó por medio de las entrevistas realizadas, las cuales se enfocaron en conocer las deficiencias en la variable de atención al cliente, revisando las opiniones de tres directivos de la empresa. Adicionalmente, se realizó una encuesta a los clientes para conocer su percepción sobre la atención recibida.

2.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1 ENCUESTA

La variable innovación fue analizada a partir de una encuesta realizada en base a un cuestionario de 15 preguntas, que tomó como referencia el trabajo de Robayo (2016), en donde se establecieron indicadores que ayudaron a medir el nivel de innovación en la empresa objeto de estudio. En las primeras dos preguntas se evaluó el personal dedicado a la I+D. La tercera pregunta se refirió a las actividades para la innovación.

La cuarta pregunta fue subdividida en cinco preguntas, las cuales estaban destinadas a conocer los objetivos para la innovación, pudiendo ser estos la creación de nuevo producto o servicio, la sustitución de productos o procesos anticuados, la penetración en nuevos mercados, mayor calidad del servicio o la reducción de costos.

La quinta pregunta fue destinada a conocer la innovación de productos y servicios. La sexta pregunta evaluó la innovación de procesos. La innovación organizacional se analizó en las

preguntas 7, 8, 9, 10 y 11. La innovación comercial se identificó mediante las preguntas 12, 13 y 14. Los factores que dificultan las actividades de innovación fueron estudiados mediante la pregunta 15 que se dividió en cinco sub-ítems.

Es necesario destacar que, antes de la encuesta se dio una pequeña inducción al personal sobre el concepto de innovación, para que puedan contestar de manera adecuada. Los resultados se presentaron en tablas de frecuencia, donde se presentó la frecuencia, frecuencia absoluta, frecuencia absoluta acumulada, la frecuencia relativa y la frecuencia relativa acumulada. Las preguntas del 1 al 11 y la 15 fueron destinadas a todo el personal, mientras que la 12, 13 y 14 se destinaron exclusivamente al personal del Departamento de Atención al Cliente (ver Anexos).

La encuesta dirigida a los clientes fue desarrollada en base al trabajo de Salazar y Cabrera (2016), esta constó de diez preguntas las cuales se enfocaron a analizar la tangibilidad (1, 2) indagando sobre si los servicios tienen apariencia moderna y si los elementos materiales fueron visualmente atractivos. Se analizó la fiabilidad (3, 4) con preguntas sobre el interés del personal por solucionar los problemas y el cumplir con el tiempo prometido. La capacidad de respuesta (5, 6) cuestionó sobre el comunicar la conclusión del servicio y la rapidez de este. La seguridad (7, 8) en cambio evaluó la confianza transmitida y amabilidad del personal. La empatía (9, 10) analizó la preocupación de los colaboradores por los intereses del cliente y la comprensión de necesidades de este.

Las preguntas de la encuesta fueron evaluadas en escala de Likert de 1 a 5, representando 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Lugar y fecha

La encuesta fue realizada el 20 de mayo de 2019, en el área de atención al cliente de una empresa de telecomunicaciones en la ciudad de Guayaquil.

Población y muestra

La población de estudio para la encuesta a los colaboradores fueron las 88 personas que trabajan en el área de atención al cliente. Para eso se usó la fórmula de población finita que se muestra a continuación:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}{}^{2} \times p \times q}{d^{2} \times (N - 1) + Z_{\alpha}{}^{2} \times p \times q}$$

Dentro de los parámetros establecidos en la fórmula se consideraron los siguientes valores:
N (población): 88
Zα (valor z para intervalo del 95%): 1.962
p (probabilidad de éxito): 50%
q (probabilidad de fracaso): 50%
d (error muestral): 5%

La muestra n al reemplazar los valores fue de 72. Cabe destacar que, para la dimensión de innovación comercial, las preguntas fueron realizadas solamente a los 25 trabajadores del área de atención al cliente.

La población para la encuesta dirigida a los clientes fue definida en base a las llamadas del mes de junio de 2019, las cuales se contabilizaron en 1.200. A este valor se le aplicó la fórmula de la muestra presentada anteriormente con los mismos parámetros a excepción del N (1.200), lo cual dio un valor de 292.

Criterios de la encuesta

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Variables	Definición	Enfoque de investigación	Tipo	Método	Indicadores	Técnicas	Instrumento
Innovación	La innovación empresarial busca la mejora de los modelos de negocio, principalmente a través de cambios tecnológicos, que busquen la satisfacción de los consumidores y eficacia empresarial, consiguiendo una ventaja competitiva sostenible (González et al., 2014).	Cuantitativo	Exploratorio Descriptivo	Deductivo	- Personal dedicado a la I+D. - Actividades para la innovación. - Objetivos para la innovación. - Innovación de productos (bienes y servicios). - Innovación de procesos. - Innovación organizacional. - Innovación comercial. - Factores que dificultan las actividades de innovación.	Encuesta	(Robayo, 2016)
Atención al cliente	Se considera como un conjunto de actividades destinadas a la satisfacción del consumidor, buscando la solución de problemas y aprovechamiento de oportunidades (Villa, 2014).	Cuantitativo	Exploratorio Descriptivo	Deductivo	- Tangibilidad. - Fiabilidad. - Capacidad de respuesta. - Seguridad. - Empatía.	Encuesta	(Salazar & Cabrera, 2016)

Fuente: Elaboración propia.

2.3.2 ENTREVISTA

Considerando la atención al cliente, se estableció un cuestionario, donde se logró identificar los principales problemas, con respecto al área de atención al cliente, que atiende llamadas por fallas técnicas presentadas en la empresa. La entrevista se estructuró en base a problemas en el reporte de dificultades técnicas vía telefónica, soluciones, características de solución, expectativas de implementación de la solución y evaluación de satisfacción de expectativas. Las entrevistas fueron realizadas a tres gerentes de diferentes áreas de la empresa.

3. RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA

En la siguiente table se muestran los resultados obtenidos al medir la gestión de la innovación en la empresa de telecomunicaciones.

Tabla 3. Resultados de la encuesta sobre gestión de la innovación

Variable	**Parámetro evaluado**	**Categoría de respuesta seleccionada con mayor frecuencia**	**Muestra encuestada**
Innovación en la empresa	Existe personal dedicado a la I+D.	Totalmente en desacuerdo	Empleados de la empresa
	Realizo actividades para la innovación en mi área.	Totalmente en desacuerdo	
	En el último año, he recibido capacitación para mejorar los procesos	De acuerdo	
	Objetivo para la innovación: Creación de un producto o servicio	De acuerdo	
	Objetivo para la innovación: Sustitución de productos o procesos anticuados	Totalmente de acuerdo	
	Objetivo para la innovación: Penetración en nuevos mercados	Totalmente de acuerdo	
	Objetivo para la innovación: Mayor calidad del servicio	En desacuerdo	
	Objetivo para la innovación: Reducción de costos	Totalmente de acuerdo	
	En el último año la empresa ha desarrollado nuevos productos o servicios	Totalmente en desacuerdo	
	En el último año, se han desarrollado acciones para mejorar la eficiencia de los procesos en mi área	Totalmente en desacuerdo	
	En el último año, se han introducido nuevas prácticas empresariales en la organización del trabajo o en los procedimientos de la empresa.	Totalmente en desacuerdo	
	En el último año, se han realizado acciones para un mejor reparto de responsabilidades y toma de decisiones de la empresa	En desacuerdo	
	En el último año, se han realizado reuniones periódicas el fin de identificar posibles cambios en los	En desacuerdo	

Innovación en la empresa	procesos, estrategias y asignaciones de responsabilidades		Empleados de la empresa
	En el último año se han implementado nuevos métodos de gestión de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas	En desacuerdo	
	En el último año se han realizado cambios en el proceso de atención al cliente por fallas técnicas	Totalmente en desacuerdo	
	En el último año se ha monitoreado la opinión del cliente con respecto a la atención que se le brinda	Totalmente en desacuerdo	
	En el último año se ha utilizado la tecnología para mejorar el servicio al cliente	Totalmente en desacuerdo	
	El principal factor que dificulta llevar a cabo la innovación es la falta de financiamiento	En desacuerdo	
	El principal factor que dificulta llevar a cabo la innovación es el desconocimiento sobre la innovación	De acuerdo	
	El principal factor que dificulta llevar a cabo la innovación es la incertidumbre del mercado	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	El principal factor que dificulta llevar a cabo la innovación es el personal no competente	En desacuerdo	
	El principal factor que dificulta llevar a cabo la innovación es la zona de confort de los directivos	De acuerdo	

De acuerdo con la tabla 3, los resultados acerca de la gestión de la innovación muestran que, si bien se reconoce la importancia y ventajas de innovar, la empresa no sigue actividades ni dedica personal específico para actividades de investigación y desarrollo. Así mismo, se revela la ausencia de nuevas prácticas empresariales y la búsqueda de la eficiencia a través de la mejora de los procesos. Los empleados revelan que las principales causas que dificultan la implementación de políticas de innovación son la falta de conocimiento sobre el tema y la permanencia en la zona de confort de los directivos.

3.2. ATENCIÓN AL CLIENTE

Los resultados de la encuesta realizada a los clientes consultándoles sobre su percepción respecto del servicio de atención al cliente que reciben se muestran en la siguiente tabla.
Tabla 4. Resultados de la encuesta sobre sobre atención al cliente

Variable	Parámetro evaluado	Categoría de respuesta seleccionada con mayor frecuencia	Muestra encuestada
Innovación en el servicio al cliente	El personal de servicios tiene equipos de apariencia moderna	De acuerdo	Clientes
	Los elementos materiales (folletos, documentos y similares) son visualmente atractivos	De acuerdo	
	Cuando un cliente tiene un problema el personal de servicio muestra un sincero interés en solucionarlo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	El personal de servicio concluye el servicio en el tiempo prometido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	El personal de servicio comunica a los clientes cuando concluirá la realización del servicio	De acuerdo	
	Los empleados de la institución ofrecen un servicio rápido a sus clientes	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	El comportamiento de los empleados de la institución de servicios transmite confianza a sus clientes	De acuerdo	
	El personal de servicios es siempre amable con los clientes	De acuerdo	
	El personal de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus clientes	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	El personal de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	

De acuerdo con los resultados de la Tabla 4, los clientes reflejan una insatisfacción en el servicio de atención al cliente de la empresa, que se demuestra en la percepción de que no son atendidos adecuadamente para resolver sus problemas técnicos. Si bien consideran que los empleados son amables y confiables, es preocupa que no utilicen mecanismos eficientes para resolver a tiempo los inconvenientes en el servicio.

Los resultados obtenidos en la entrevista con los gerentes indican que el principal problema que tiene la empresa es la falta de asesores telefónicos, ya que al momento en que realizan la llamada para reportar los problemas técnicos, estos se tardan mucho tiempo en contestar, indicando en muchas ocasiones que la demora en contestar la siguiente llamada se debió a que estaban con otro cliente en la línea. Lo cual les parece una situación incómoda y poco profesional de parte de la empresa, porque ellos como usuario pierden tiempo y dinero realizando llamadas.

En cuanto a qué soluciones cree acertadas para mejorar este servicio, los entrevistados indicaron que una solución a los inconvenientes que se presentan continuamente en cuanto al servicio, es que se debe de realizar la creación o mejoramiento de la plataforma o servicio, en el que los clientes puedan acceder con facilidad para hacer los reportes de daños o dificultades que presenten en el menor tiempo posible y con respuestas más rápidas, así como también expresaron que otra de las soluciones que pueden ayudar a la mejora sería la contratación de personal en el área de call center, logrando así poder cubrir las llamadas de los clientes.

Con respecto a las características que debería tener un programa en línea donde pueda comunicar sus dificultades técnicas, uno de los entrevistados indicó que para que el programa sirva de ayuda, debería contar con la asistencia permanente sobre los pasos a seguir para resolver los inconvenientes. El segundo entrevistado en cambio expresó, que el programa debería de estar enlazado directamente con el departamento técnico, para que las soluciones se realicen de forma inmediata, logrando tener respuesta en el momento en el que se presenta el inconveniente.

El último entrevistado sugirió que un programa debe de brindar la facilidad al cliente para ingresar de forma rápida los inconvenientes que presenta, al igual que una lista de pasos a seguir de acuerdo a los problemas presentados y que debería de haber una persona especializada en el área técnica al otro lado de la pantalla, que sirva de guía para los usuarios. Evitando de esta manera que el usuario deba de acercarse a las instalaciones de la empresa a reportar el daño presentado.

De acuerdo a cuáles son sus expectativas si se llega a crear el programa anteriormente mencionado, se mostró, que las expectativas de un programa de este tipo serían muy altas, debido a los inconvenientes que se presentan al momento de reportar daños por vía telefónica, por lo que los entrevistados consideraron que la empresa debe de invertir y aplicar un programa igual o similar al planteado en la pregunta anterior, logrando de esta forma que los clientes se puedan sentir completamente satisfechos con el servicio que brinda la compañía de telecomunicaciones. Entre las expectativas están el que no se caiga el sistema, respuesta inmediata y asesoramiento sobre el programa en el menor tiempo posible.

En la pregunta realizada sobre de qué forma usted evaluaría la satisfacción brindada por el programa de acuerdo con sus expectativas, los entrevistados indicaron que la satisfacción en cuanto al programa dependería mucho del tiempo que demore en brindar una solución al inconveniente presentado, así como también la facilidad que este brinde para reportar los daños y la asesoría técnica o seguimiento recibido durante el uso del programa. Por lo que se pudo

percibir que para los tres clientes entrevistados el tiempo, la facilidad y el contar con una asesoría técnica es muy importante, siendo estos los principales indicadores para evaluar como satisfactorio un servicio.

4. CONCLUSIÓN

La innovación representa un factor clave para incrementar la competitividad de las empresas, y esta puede expresarse a través de varios mecanismos: creación de nuevos productos y procesos, mejora de las políticas de gestión, mejora de los procesos organizacionales, todo esto permite la renovación institucional constante y la preferencia y fidelidad de los clientes.

Luego del análisis del caso de estudio, se concluye que la empresa de telecomunicaciones carece de una política clara y operativa de innovación, aunque los directivos y personas que trabajan dentro de ella entiendan lo importante de mejorar los procesos y servicios para lograr mejores resultados. Así mismo, los mecanismos de atención al cliente demuestran ser ineficientes y tener un rechazo por parte de los usuarios, este es un indicador que representa una señal de “alerta” para tomar acciones que eviten la reducción de la demanda del servicio y de los ingresos de la empresa.
Es destacable reconocer e implementar acciones para el empoderamiento de los empleados de la empresa en los procesos de atención al cliente y la calidad de su atención, y la creación de canales más efectivos para la resolución de dudas, reclamos y requerimientos que permitan el aprovechamiento de tiempo, esfuerzos, y recursos.

Una de las posibles soluciones al problema puede ser el uso de la tecnología digital a través de una aplicación celular que permita receptar de manera remota el requerimiento del usuario y atenderlo inmediatamente, sin que sea necesario que se acerque a la empresa y se genere tiempos de espera.
Finamente, se concluye la importancia de crear una política de innovación constante en la empresa que permita, primero, identificar las cada vez cambiantes necesidades de la organización; segundo, determinar actores, procesos y estrategias de innovación y, tercero, evaluar periódicamente los resultados de esas políticas.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, J. (2015). Inteligencia estratégica: un sistema para gestionar la innovación. *Estudios gerenciales, 31*(134), 100-110. Obtenido de https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0123592314001594?token=792B5208CEB4B3D107FB33350B85DDB0F4549D432A07094CE302BE4AA91944EA507DFD63B1EDC6FE841D504CFCEFE644

Buckland, H., & Murillo, D. (2014). *La Innovación Social en América Latina.* Barcelona: ESADE.

Business School. (2019). *Etapas de un proyecto*.

Doria, S. (2019). *Definición de alcance de la investigación a realizar: Explotaria, descriptiva, correlacional o explicativa*.

Drucker, P. F. (2004). La disciplina de la innovación. *Harvard Business School Publishing Corporation*, 3-7.

Espinoza, O., Sánchez, J., & Montoya, D. (2016). Estrategias de CRM para el incremento de la competitividad en las PYMES en la Industria Mueblera de la ZMG. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 10*, 254-272.

González, J., García, L., Lucero, C., & Romero, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*(36), 107-133.

Hernández, A., Marulanda, C., & López, M. (2014). Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de Pymes en Colombia. *Información tecnológica, 25*(2), 111-122.

Hernández, H., Cardona, D., & Raad, A. (2017). La innovación empresarial como impulsora de las Pymes en la Región Caribe. *Panorama Económico, 24*, 239-248.

Hernández, J., Tirado, P., & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC*(88), 165-199.

Hernández, R. (2019). *Estadísticas y Datos del Uso del Celular*.

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación 5a Ed.* México D.F: McGraw-Hill.

Institute of Design at Stanford. (2019). *Mini guía: una introducción al Design Thinking*. Obtenido de https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/31fbd/attachments/027aa/GU%C3%8DA%20DEL%20PROCESO%20CREATIVO.pdf?sessionID=573efa71aea50503341224491c862e32f5edc0a9

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). *Tecnologías de la Información y Comunicación - ENEMDU - TIC 2017*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf

López, M., González, N., & Vásquez, M. (2016). Modelo de innovación para las PYMES a partir de la práctica guiada. *Revista Global de Negocios, 4*(7), 27-39.

Magdaleno, R., Aguilera, L., & González, M. (2015). La innovación y el capital intelectual: factores de competitividad en la pyme manufacturera. *Mercados y negocios, 15*(2), 151-168.

Montano, J. (2019). *Investigación Transversal: Características, Metodología, Ventajas*. Obtenido de https://www.lifeder.com/investigacion-transversal/

Nelcy, C., & Castellanos, O. (2014). Consideraciones sobre la valoración tecnológica en la base de la pirámide. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, 22*(2), 63-77. Obtenido de https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/626/384

Oliveira, R., León, M., & Moreno, E. (2019). Estrategias de innovación para empresas Startups. *Pensamiento Contemporáneo em Administración, 3*(1), 46-62.

Ponce, L., Orellana, K., & Acuña, I. (2016). Diagnóstico y propuesta de un sistema de innovación tecnológica cafetalera en Ecuador. *Revista Cubana de Ciencias Forestales*(4), 120-129.

Reinares, P. (2017). *Los cien errores del CRM: Mitos, mentiras y verdades del marketing de relaciones.* Madrid: ESIC.

Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios, 7*, 125-140.

Rubio, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL). *Cuadernos de administración, 31*(52), 54-64. Obtenido de http://revistaprospectiva.univalle.edu.co/index.php/cuadernos_de_administracion/article/view/30/10370

Sánchez, A. (2014). La gestión de documentos como estrategia de innovación empresarial. *Revista Venezolana de Información de Tecnología y Conocimiento, 11*(2), 25-50. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5101938

Sánchez, P., Sánchez, C., Sánchez, F., & Cruz, M. (2014). Innovación y Productividad Manufacturera. *Journal of technology management & innovation, 9*(3), 135-145.

Toledo, L., Garber, M., & Madeira, A. (2017). Consideraciones acerca del Design Thinking y Procesos. *Revista Gestao & Tecnología, 17*(3), 312-332. Obtenido de http://revistagt.fpl.edu.br/get/article/view/1198

Valencia, V. (2019). *Revisión documental en el proceso de investigación*. Obtenido de https://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/1000/1771/1771.pdf

Varela, J., & Flores, E. (2014). Prácticas administrativas que promueven la innovación en las empresas. *Universidad & Empresa, 16*(27), 81-101. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5243459

Villa, J. (2014). *Manual de atención a clientes y usuarios.* Barcelona: Profit Editorial.

Villaseca, D. (2014). *Innovación y marketing de servicios en la era digital.* Madrid: ESIC Editorial.

013. ANÁLISIS FINANCIERO DE LA INVERSIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO EN EL ECUADOR - PERIODO 2016 - 2015

CAMPOS CÁRDENAS Eliecer [18]
MANJARREZ FUENTES Nelly [19]
ORTEGA MANJARREZ Verónica [20]

RESUMEN:
En esta ponencia de investigación se realiza el análisis de los estados financieros del sector inmobiliario en el Ecuador. Las empresas utilizan técnicas para conocer con relativa exactitud la situación y el desempeño financiero para evaluar el retorno de su inversión, estos cálculos son generales, pero se diferencian de cada empresa por los informes financieros preparados aplicando las normas internacionales de información financiera (NIIF) como son el estado de situación, el estado de resultados integrales y el estado de flujos de efectivo; a los que se le aplican sendas fórmulas y ratios determinados que miden la liquidez, solvencia y eficiencia operativa. El objetivo de esta ponencia es analizar la importancia del análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente en el sector inmobiliario. Para el efecto se utilizará la base de datos de la Superintendencia de Compañías y Seguros del Ecuador, en la que constan los estados financieros de las empresas, cifras que serán agrupadas para la aplicación de la técnica de análisis a través de ratios para evaluar la liquidez, rentabilidad, endeudamiento y eficiencia, con el propósito de concluir acerca de la situación del sector inmobiliario en el Ecuador en el periodo 2015-2016.

Palabras clave: análisis financiero, rentabilidad, sector inmobiliario

Clasificación JEL: M413

Financial analysis of the investment in the real estate sector in Ecuador - Period 2016-2015
Abstract:

This research paper will carry out the analysis of the financial statements of the real estate sector in Ecuador. The companies use techniques to know with relative accuracy the situation and the financial performance to evaluate the return of their investment, these calculations are general, but they differ from each company by the financial reports prepared by applying the International Financial Reporting Standards (IFRS): such as the state of situation, the Statement of comprehensive income and the statement of cash flows; Those who are given a certain number of formulas and ratios that measure liquidity, solvency and operational efficiency. The aim of this paper is to analyze the importance of financial analysis as a key tool for efficient financial management in the real estate sector. For the purpose will be used the database of the Superintendencia de Compañías y Seguros del Ecuador, which consists of the financial

[18] Ph.D. Profesor ESPAE Graduate School of Management. Mail: eliecercampos@hotmail.com
[19] Ph.D. Profesora Universidad Técnica Estatal de Quevedo (UTEQ). Mail: nellynmf@gmail.com
[20] Magister en Costos y Administración Financiera. Profesora Unidad Educativa Doctor Manuel Quintana Miranda. Mail: vaortegam@gmail.com

statements of the companies, figures that will be grouped for the application of the technique of analysis through ratios to evaluate the Liquidity, profitability, indebtedness and efficiency, with the purpose of concluding about the situation of the real estate sector in Ecuador during the period 2015-2016.

Keywords: Financial analysis, profitability, real estate sector

JEL classification: M413

INTRODUCCIÓN

El análisis de negocios es la evaluación de las perspectivas y riesgos de una compañía con el propósito de tomar decisiones de negocios. Estas decisiones se extienden a la valoración del capital y la deuda, la evaluación del riesgo de crédito, las proyecciones de utilidades, las pruebas de auditoría, las negociaciones de compensación a los empleados e incontables decisiones más. El análisis de negocios ayuda a tomar decisiones informadas, contribuyendo a estructurar la tarea de decisión mediante una evaluación del ambiente de negocios de una compañía, de sus estrategias y de su desempeño y posición financieros. (John Wild, 2007)

El objetivo de este trabajo es evaluar la situación financiera y rentabilidad de la inversión inmobiliaria en el Ecuador, mediante la utilización de estados financieros e indicadores financieros por los años 2015 y 2016.

Según un estudio realizado por Apaza (1999) se comprobó que las empresas en un 60% como promedio revelan información financiera y económica de sus movimientos, pero no emplean el análisis financiero apropiado, denotando que no mantienen decisiones financieras y administrativas oportunas y no utilizan los instrumentos más importantes de forma profesional. El 40% si efectúa el análisis de la información financiera y económica, pero no aprovechan al máximo este análisis de manera integral, por los motivos siguientes: falta de oportunidad, integralidad, de trabajo en equipo, y otros factores afines.

En lo que se refiere al sector inmobiliario del Ecuador, no se ha efectuado un análisis integral de los estados financieros para evaluar la rentabilidad, endeudamiento y liquidez, ya que mucho se ha comentado acerca de que el sector atraviesa por una situación complicada a raíz de la vigencia de la llamada ley de plusvalía, que a decir de muchos liquidara este sector de la economía. Este trabajo de investigación pretende mostrar la situación del sector inmobiliario a fin de que los inversionistas tengan una visión clara y puedan tomar sus decisiones de inversión y financiamiento.

La construcción conduce a los países a la modernidad en su debido momento y los pone a la vanguardia del desarrollo. Las viviendas que se construyen buscan dar un nuevo aire a las ciudades y cada una representa hitos y avances para el desarrollo urbanístico de las ciudades.
En la historia ecuatoriana se destacan los momentos y nombres claves de edificios, casas, urbanizaciones y otros complejos habitacionales que marcaron la historia del sector inmobiliario en el Ecuador. Para entender la trayectoria del mercado inmobiliario es importante dividirla desde una perspectiva histórica en tres etapas:

1º. Entre 1950 y 1980. Incorporación de la arquitectura moderna y la aparición de los programas de vivienda con financiamiento del Estado;

2º. Entre los años ochenta y noventa. Primeros proyectos inmobiliarios particulares. Se caracteriza por el papel que asumió la banca privada como ente crediticio y el direccionamiento de la vivienda hacia la clase media y alta; y,

3º. Desde el año 2000. Etapa de impulso y desarrollo de las empresas inmobiliarias a partir de la estabilidad económica del país, luego de la dolarización que genera el fortalecimiento de las empresas inmobiliarias debido, entre otros factores, al creciente volumen de divisas de los migrantes, cuyo interés se centra en adquirir bienes inmuebles como una manera de no perder su dinero y a la desconfianza en la inversión en la banca privada. Es precisamente el sector de la construcción el que ha crecido significativamente en la última década, siendo Quito y Guayaquil los sitios en donde se concentra más de la mitad de las viviendas que se construyen en el país.

El 2015. Aunque la expectativa del sector de la construcción apuntaba a un crecimiento de al menos un 10% para el año 2014, el 2015 no comenzó con un panorama alentador, por los efectos de la caída del precio internacional del petróleo.
El Gobierno Nacional está empeñado en impulsar el sector inmobiliario, por cuanto es un gran generador de empleo y demandante de insumos locales. La propuesta gubernamental está compuesta por apoyos para acceder a programas de vivienda de hasta USD 65.000, en terrenos suministrados por el sector público, lo que ayudará a controlar la especulación que afecta al precio del suelo.

El sector de la construcción aspira a que las medidas ayuden al sector, caso contrario el efecto de una desaceleración se reflejará “en poca oferta de vivienda. Habrá gente que de pronto no podrá pagar sus viviendas y una buena cantidad de trabajadores engrosarán las cifras del desempleo. Recordemos que este sector es el que brinda mayor espacio a la mano de obra no especializada ya que de un total del valor de las inversiones, alrededor del 40% se destina al pago de mano de obra.

El sector inmobiliario, necesita que se apliquen políticas públicas para incentivar los créditos hipotecarios para la clase media -que se duplicó en la última década en Ecuador-, y, sobre todo, que se promulguen normas de simplificación de trámites. Por ende, si esto se lleva a cabo, este sector puede empujar la economía. El 2015 se preveía ser un año complicado, con menos circulante en la economía y menos gente dispuesta a endeudarse en un bien. En 2016. El BCE publicó los datos anuales preliminares, según los cuales la economía del Ecuador en el año 2016 tuvo una contracción del 1.5% anual. Esta cifra ratifica la percepción de los agentes económicos de la fuerte recesión que afectó a la economía.

Cuando se habla del crecimiento económico, se habla siempre de un promedio de la economía. Pero si se analiza sectorialmente, hay sectores ganadores y perdedores. En el 2016 las actividades que presentaron mejor desempeño fueron: la acuicultura y pesca de camarón (9,3%); electricidad y agua (7,9%); pesca (excepto camarón) (6,3%); servicio doméstico (3,7%); petróleo y minas (1,6%); servicios financieros (0,2%); y, transporte (0,1%). El resultado positivo de refinación de petróleo se debe a que la refinería de Esmeraldas volvió a operar luego de más de un año de reparación y repotenciación. El crecimiento del rubro suministros de electricidad y agua potable es por la inauguración de los nuevos proyectos hidroeléctricos. Ambas son obras destacables, pero su efecto en el crecimiento del PIB es por un solo año.

Preocupa sobre manera que los sectores económicos en los que existe una mayor actividad privada como construcción, comercio, industria, alojamiento y servicios de comida y actividades profesiones, hayan tenido una fuerte contracción, como lo evidencia el cuadro a continuación:
En lo que se refiere a la variación anual del PIB, en el cuadro a continuación se muestra la evolución por el periodo 2009 a 2017, en el que se evidencia la caída del 1,5% en el año 2016, esperándose un crecimiento del 1,5% en 2017.

Este es el mayor signo de la recesión, porque son sectores de tienen una alta repercusión en el empleo. Con estos antecedentes del crecimiento económico en el 2016, el 2017 luce preocupante. En 2017 Ecuador cierra con mejor crecimiento y estabilidad económica. Tras superar un mal 2016, cuando decreció 1,5 por ciento con terremoto incluido (en abril de ese año), Ecuador cerró el 2017 con un crecimiento estimado del 1,5 por ciento, superior al 1,3 previsto como promedio para la región por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). El horizonte económico de Ecuador, lejos de aparecer crítico como se temía en un principio, muestra estabilidad y signos de recuperación.

El sector de la construcción atravesó por periodos recesivos desde mediados del 2015 cuando experimentó una caída del 1,7%, la cual se profundizó durante 2016 con otra baja del 8,9% y para el año 2017 se estima una nueva contracción, esta vez del 7,3%. La Cámara de Construcción de Guayaquil menciona que además causó un impacto negativo en cerca de 300.000 familias que dependen de manera directa e indirecta de esta actividad. Para el año 2018, el BCE sostiene que la economía crecerá en 2%, sustentada en la recuperación de los niveles de inversión que alcanzaría el 3,6%, y en las exportaciones de los principales productos no petroleros que crecería un 3,5%. Esto es, el PIB se ubicaría en los USD 104 millardos.

La gerente del BCE indicó: “Tenemos indicadores interesantes, solo con el hecho de anunciar la consulta popular, el tema de la plusvalía, ya la gente está diciendo endeudarse para comprar una casa, los actores inmobiliarios, que habían parado sus proyectos, están desempolvando los proyectos”, añadió. Al cierre de este trabajo (febrero 5 de 2018), la ciudadanía dio un amplio apoyo a la consulta formulada por el presidente Lenin Moreno con un SI rotundo.

METODOLOGIA

El presente trabajo tiene el propósito de analizar a las empresas del sector inmobiliario para evaluar la situación económica y financiera de las empresas dentro del periodo de crisis 2015-

2016, ya que como se ha demostrado que, desde el punto de vista de la economía del país, la situación de estas luciría en un estado deplorable.

La metodología a utilizar será cuantitativa de alcance exploratorio descriptivo y de corte longitudinal. El enfoque cuantitativo se relaciona con la aplicación de los indicadores financieros calculados de los estados financieros (estado de situación y estado de resultados). De alcance exploratorio descriptivo ya que se analizará de manera agregada a todas las empresas del sector inmobiliario del Ecuador. De corte longitudinal ya que abarcará el periodo 2015-2016. Para el efecto se utilizará la base de datos de la Superintendencia de Compañías y Seguros, en la que constan los estados financieros de las empresas, cifras que serán agrupadas para la aplicación de la técnica de análisis a través de ratios para evaluar la liquidez, rentabilidad, endeudamiento y eficiencia, con el propósito de concluir acerca de la situación del sector inmobiliario en el Ecuador en el periodo 2015-2016.

Las empresas del sector inmobiliario de clasifican así:
Número de compañías que han reportado los estados financieros, con corte al 31 de diciembre de 2014, 2015 y 2016:

Años	Total empresas	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
2014	7,709	296	7,413	18	278	-	296
%	100%	4%	96%	6%	94%	0%	100%
2015	7,102	302	6,800	22	280	13	289
%	100%	4%	96%	7%	93%	4%	96%
2016	5,736	268	5,468	16	252	11	257
%	100%	5%	95%	6%	94%	4%	96%

Fuente: Superintendencia de compañías
Elaboración: Los autores

Explicación de cada grupo de compañías:
Total, empresas: son todas las empresas que han reportado sus estados financieros en cada uno de los años 2014, 2015 y
2016, a la Superintendencia de Compañías, las que incluyen sociedades anónimas, de responsabilidad limitada, entre otras.
Grupo 1: empresas con más de USD 4 millones de activos. Estas empresas estarían dentro de aquellas que deben aplicar las Normas internacionales de información financiera (NIIF) y que están obligadas a contratar auditoria externa.
Grupo 2: empresas con menos de USD 4 millones en activos.
Grupo 3: empresas con ingresos por ventas mayores a USD 5 millones y más de USD 4 millones en activos.
Grupo 4: empresas con ingresos por ventas menores a USD 5 millones y menos de USD 4 millones de activos.

Grupo 5: empresas que tiene ingresos por prestación de servicios de más de USD 5 millones y más de USD 4 millones en activos.
Grupo 6: empresas con ingresos por prestación de servicios de menos de USD 5 millones y más de USD 4 millones en activos.
Como se podrá apreciar, el número de compañías ha disminuido desde el 2014, por lo que se puede inferir que aquellas posiblemente, debido a la crisis del sector en los años 2015 y 2016, han entrado en proceso de liquidación o se han fusionado con otras empresas. Hecho que se pudiera ser analizado en un estudio ulterior acerca del destino de tales entidades.

DESARROLLO

ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DEL SECTOR INMOBILIARIO

Una empresa inmobiliaria es aquella dedicada a la construcción, la venta, el alquiler y la administración de viviendas. Cada inmobiliaria puede realizar todas estas actividades o sólo algunas (como limitarse a la venta y el alquiler de las propiedades).
La estructura de las empresas del sector inmobiliario en el periodo 2014 – 2016 se detalla a continuación:

Millones de USD	Año 2016							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empresas	5,758	5,502.3	1,897.1	4,405.2	3,604.7	1,579.9	2,024.8	2,695.1
Grupo 1	265	4,465.1	1,545.5	3,121.5	2,651.0	1,103.9	1,547.1	1,814.1
Grupo 2	5,465	1,837.2	555.8	1,283.5	953.8	476.0	477.8	883.9
Grupo 3	18	728.6	603.8	126.9	610.8	376.4	234.5	117.9
Grupo 4	232	3,736.5	741.5	2,995.0	2,040.2	727.5	1,312.7	1,696.5
Grupo 5	11	1,059.0	103.8	957.4	595.5	160.5	435.2	463.5
Grupo 6	257	3,408.1	1,241.7	2,164.5	2,052.4	945.6	1,106.9	1,355.7

Millones de USD	Año 2015							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empresas	7,102	7,171.8	2,248.8	4,923.0	4,045.1	1,939.6	2,104.2	3,126.7
Grupo 1	302	4,872.1	1,526.9	3,345.2	2,843.0	1,318.5	1,523.9	2,029.2
Grupo 2	6,800	2,299.6	721.6	1,577.8	1,202.1	621.1	580.3	1,097.5
Grupo 3	22	934.3	665.1	269.2	714.1	453.1	261.0	220.2
Grupo 4	280	1,937.9	861.9	1,076.0	2,126.9	865.4	1,262.9	1,809.0
Grupo 5	13	1,107.2	132.6	974.6	642.4	223.3	419.0	464.8
Grupo 6	289	3,764.9	1,394.3	2,370.6	2,300.6	1,095.2	1,104.8	1,564.3

Millones de USD	Año 2014							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empresas	7,709	7,085.0	2,291.7	4,793.3	3,974.23	1,548.6	1,868.5	3,110.8
Grupo 1	296	4,733.4	1,358.1	3,175.4	2,779.05	1,252.5	1,525.4	1,954.4
Grupo 2	7,413	2,351.6	733.7	1,617.9	1,195.19	616.3	578.9	1,156.4
Grupo 3	18	871.9	518.9	353.9	545.95	323.9	217.5	325.9
Grupo 4	278	4,061.6	1,039.2	3,022.4	2,233.07	908.6	1,086.1	1,828.5
Grupo 5	-	-	-	-	-	-	-	-
Grupo 6	296	4,733.4	1,358.1	3,175.4	2,779.05	1,252.5	1,525.4	1,954.4

Nota: el año 2014 no se incluye en el presente trabajo, sin embargo, se ha incluido como un punto de referencia para el análisis comparativo con el año 2015. Advertimos que existen inconsistencias en la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, en el total de los pasivos en el año 2014
Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaboración: Los autores

COMPOSICION PORCENTUAL DE LOS ACTIVOS, PASIVOS Y PATRIMONIO

La composición porcentual de las partidas del estado de situación en relación con el total de los activos de todas las empresas del sector inmobiliario se muestra a continuación:

%	Año 2016							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empre	5,736	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Grupo 1	268	71%	71%	71%	74%	70%	76%	67%
Grupo 2	5,468	29%	29%	29%	26%	30%	24%	33%
Grupo 3	16	12%	32%	3%	17%	24%	12%	4%
Grupo 4	252	59%	39%	68%	57%	46%	65%	63%
Grupo 5	11	17%	5%	22%	17%	10%	22%	17%
Grupo 6	257	54%	65%	49%	57%	60%	55%	50%

%	Año 2015							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empre	7,102	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Grupo 1	302	68%	68%	68%	70%	68%	72%	65%
Grupo 2	6,800	32%	32%	32%	30%	32%	28%	35%
Grupo 3	22	13%	30%	5%	18%	23%	12%	7%
Grupo 4	280	55%	38%	62%	53%	45%	60%	58%
Grupo 5	13	15%	6%	20%	16%	12%	20%	15%
Grupo 6	289	52%	62%	48%	54%	56%	53%	50%

%	Año 2014							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empre	7,709	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Grupo 1	296	67%	68%	66%	70%	67%	71%	63%
Grupo 2	7,413	33%	32%	34%	30%	33%	29%	37%
Grupo 3	18	9%	23%	3%	14%	18%	12%	4%
Grupo 4	278	57%	45%	63%	56%	49%	59%	59%
Grupo 5	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Grupo 6	296	67%	68%	66%	70%	67%	71%	63%

En el año 2016, de las 5.736 empresas, 268 (5% del total) que pertenecen al grupo 1, concentraron el 71% del total de los activos. En tanto que, en 2015, de las 7.102 empresas, 302 (4% del total) del mismo grupo 1 concentraron el 68% de los activos. El resto de las empresas concentran apenas el 30% de los activos. En cuanto a los pasivos, en el 2016, las empresas del grupo 1 concentraron el 74% del total de endeudamiento. El 26% estuvo concentrado en el grupo 2. Por consiguiente, el mayor impacto sobre la crisis económica del sector recayó en gran medida sobre el Grupo 1.

Desde el punto de vista de la composición de los activos por cada segmento empresarial se detalla a continuación:

%	Año 2016							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empre	5,736	100%	30%	70%	57%	44%	56%	43%
Grupo 1	268	100%	30%	70%	59%	42%	58%	41%
Grupo 2	5,468	100%	30%	70%	52%	50%	50%	48%
Grupo 3	16	100%	83%	17%	84%	62%	38%	16%
Grupo 4	252	100%	20%	80%	55%	36%	64%	45%
Grupo 5	11	100%	10%	90%	57%	27%	73%	43%
Grupo 6	257	100%	36%	64%	60%	46%	54%	40%

%	Año 2015							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empre	7,102	100%	31%	69%	56%	48%	52%	44%
Grupo 1	302	100%	31%	69%	58%	46%	54%	42%
Grupo 2	6,800	100%	31%	69%	52%	52%	48%	48%
Grupo 3	22	100%	71%	29%	76%	63%	37%	24%
Grupo 4	280	100%	22%	78%	54%	41%	59%	46%
Grupo 5	13	100%	12%	88%	58%	35%	65%	42%
Grupo 6	289	100%	37%	63%	58%	50%	50%	42%

%	Año 2014							
Empresas	Cantidad de empresas	Total activos	Activos corrientes	Activos no corrientes	Total pasivos	Pasivos corrientes	Pasivos no corrientes	Patrimonio
Total empre	7,709	100%	32%	68%	56%	47%	47%	44%
Grupo 1	296	100%	33%	67%	59%	44%	47%	41%
Grupo 2	7,413	100%	31%	69%	51%	52%	46%	49%
Grupo 3	18	100%	77%	23%	81%	59%	40%	19%
Grupo 4	278	100%	26%	74%	55%	41%	49%	45%
Grupo 5	-	100%	-	-	-	-	-	-
Grupo 6	296	100%	33%	67%	59%	44%	47%	41%

Se observa que en el periodo 2015-2016 los activos no corrientes representaron el 70% de los activos totales tanto del Grupo 1 como del Grupo 2. Esto significa que la mayor inversión efectuada está concentrada en propiedades, planta y equipo y otros activos de largo plazo. En

tanto que las empresas de los Grupos 3,4,5 y 6 los activos corrientes son los ms representativos. La concentración de activos no corrientes en gran proporción, como la descrita en los Grupos 1 y 2, implica que los costos financieros y costos de mantenimiento de capacidad de producción no aprovechada inciden en los resultados.

ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS POR MEDIO DE RAZONES

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social. Las razones financieras permiten hacer comparaciones entre los diferentes periodos contables o económicos de la empresa para conocer cuál ha sido el comportamiento de esta durante el tiempo y así poder hacer por ejemplo proyecciones a corto, mediano y largo plazo, simplemente hacer evaluaciones sobre resultados pasados para tomar correctivos si a ello hubiere lugar. Las siguientes razones se utilizará en el análisis:

Razones de liquidez	**Razones de endeudamiento.**
o Capital neto de trabajo.	o Razón de endeudamiento.
o Índice de solvencia.	o Apalancamiento
o Prueba ácida.	o Multiplicador del patrimonio
o EBITDA	o Costo financiero promedio
Razones de eficiencia	**Razones de rentabilidad.**
o Antigüedad del inventario	o Margen de utilidad bruta.
o Antigüedad de la cartera de clientes	o Margen de utilidad neta
o Periodo de pago a los proveedores	o Rendimiento sobre el activo
o Rotación de los activos	o Rendimiento sobre el patrimonio
	Indicadores de predicción de insolvencia
	o Modelo de Edward Altman
	o Modelo CA-Score

RAZONES DE LIQUIDEZ.

Mide la capacidad de pago en el corto plazo. Se toma los activos y pasivos corrientes. Uno de los aspectos importantes es de que las cifras mostradas en los estados financieros sean de buena calidad. Para el cálculo de estas razones se utiliza los siguientes indicadores:

Capital neto de trabajo

Se calcula restando el pasivo corriente del activo corriente. Se supone que en la medida en que los pasivos corrientes sean menores a los activos corrientes la salud financiera de la empresa para hacer frente a las obligaciones al corto plazo es mayor. Si fuera necesario cubrir pasivos a corto plazo, la empresa debería tener los activos corrientes necesarios para hacerlo. Es importante considerar las NIIF referente a la posibilidad de refinanciar deuda de corto plazo a largo plazo.

Razón corriente

Se calcula dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente (activo corriente/pasivo corriente). Entre más alto (mayor a 1) sea el resultado, más solvente es la empresa, tiene mayor capacidad de hacer frente a sus obligaciones o mejorar su capacidad operativa si fuere necesario.

Prueba ácida.

Es un índice de liquidez más rígido. Del activo corriente se excluye el inventario y los gastos pagados por anticipado. La fórmula aplicada es: (Activo corriente – Inventarios – Gastos pagados por anticipado) /pasivo corriente.

EBITDA (Earnings before interests, taxes, depreciation and amortization)

El EBITDA acrónimo del inglés Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization (utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones), es decir, el efectivo bruto de las operaciones calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros, impuestos y otros gastos que no requieren uso de efectivo como la depreciación y amortización. El propósito del EBITDA es obtener una imagen fiel de lo que la empresa está ganando o perdiendo en el núcleo de su negocio.

Análisis para las empresas del sector inmobiliario en el periodo 2015-2016, tenemos los siguientes resultados:

Año 2016	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Cantidad de empresas	5,736	268	5,468	16	252	11	257
	100%	5%	95%	6%	94%	4%	96%
Analisis de la liquidez							
Razon corriente ($)	1.20	1.22	1.16	1.60	1.02	0.63	1.32
Prueba acida ($)	0.70	0.62	0.89	0.42	0.73	0.63	0.62
Capital de trabajo ($ miles)	317,187	239,354	77,793	225,362	13,993	-58,739	298,094
EBITDA ($ miles)	327,291	251,978	75,314	50,198	201,779	95,894	156,084
EBITDA/ Ingresos por ventas + servicios	26%	32%	16%	17%	41%	35%	31%
EBITTA/Activos	5%	6%	4%	7%	5%	9%	5%

Año 2015	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Cantidad de empresas	7,102	302	6,800	22	280	13	289
	100%	4%	96%	7%	93%	4%	96%
Analisis de la liquidez							
Razon corriente ($)	1.16	1.16	1.16	1.47	1.00	0.59	1.27
Prueba acida ($)	0.65	0.58	0.79	0.34	0.71	0.58	0.58
Capital de trabajo ($ miles)	309,155	208,401	100,754	211,968	-3,567	-90,754	299,155
EBITDA ($ miles)	371,448	272,299	99,149	67,012	205,287	105,293	167,006
EBITDA/ Ingresos por ventas + servicios	26%	32%	17%	18%	42%	34%	31%
EBITTA/Activos	5%	6%	4%	7%	5%	10%	4%

Año 2014	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Cantidad de empresas	7,709	296	7,413	18	278	0	296
	100%	4%	96%	6%	94%	0%	100%
Analisis de la liquidez							
Razon corriente ($)	1.24	1.26	1.19	1.60	1.14	-	1.26
Prueba acida ($)	0.86	0.80	1.00	0.57	0.88	-	0.80
Capital de trabajo ($ miles)	442,964	325,556	117,408	195,027	130,529	-	325,556
EBITDA ($ miles)	361,760	257,027	104,733	51,006	206,021	-	257,027
EBITDA/ Ingresos por ventas + servicios	21%	26%	14%	16%	31%	-	26%
EBITTA/Activos	5%	5%	4%	8%	5%	-	5%

El capital de trabajo en el periodo analizado suma más de USD 300 millones y se concentra en las grandes empresas, es decir en aquellas clasificadas en el Grupo 1, lo cual se corrobora con el capital de trabajo mostrado en las empresas del Grupo 3, aquellas que tiene más de USD 5 millones en ventas y más de USD 4 millones en activos. De igual manera las empresas del Grupo 6 las que tienen ingresos por servicios por más de USD 5 millones. La razón corriente que indica la capacidad de pago de la empresa en el corto plazo, el mejor resultado se ubicó en las grandes empresas (Grupo 1) y con las de mayores ventas (Grupo 3). El indicador en 2016 se ubicó en 1,16 y 1,2 respectivamente. En 2015 fue de 1,16 y 1,47. Estos resultados denota que la capacidad de pago en ninguno de los Grupos de empresas fue problema.

La prueba acida que es una medida más rígida de la liquidez ya que excluye los inventarios y los gastos pagados por anticipado. Un mejor resultado de este indicador se concentra en las empresas del Grupo 2 y del Grupo 4, es decir empresas pequeñas en cuanto a activos y ventas menores a USD 5 millones. Esto revele que la alta concentración de inventario se centra en las compañías grandes y de grandes ventas (Grupos 1 y 3). Los resultados obtenidos en 2016 para los grupos 2 y cuatro fueron 0,89 y 0,73 respectivamente. Para el 2015 fue de 0,79 y 0,71. En 2016 tuvo un mejor desempeño, es decir redujeron sus inventarios convirtiéndolos en activos más líquidos.

EBITDA

Una de las fuentes principales del capital de trabajo es la generación de EBITDA, la cual es una medición de la fuente primaria de activos financieros.

La generación de EBITDA en el 2016 se concentra en el Grupo 1 y en el Grupo 4, USD 251 millones y USD 201 millones respectivamente. En 2015 la generación fue de USD 272 millones y USD 205 millones. En términos porcentuales la generación en relación con los ingresos por ventas fue de 32% y 41% en 2016 y en 2015 32% y 42% para los grupos 1 y 4 respectivamente. El EBITDA sobre el activo en promedio se ha ubicado en el 6%. En ambos años. Estos resultados nos indican que el sector inmobiliario, si bien no ha tenido alta rentabilidad, tampoco es que han caído en problemas financieros.

RAZONES DE EFICIENCIA

Estas razones pretenden mostrar que tan bien se han manejado los recursos de corto plazo, es decir que tan rápido está cobrando la cartera de clientes, que tan rápido está vendiendo su inventario y que tan tarde está pagado a sus proveedores. Estas razones son las siguientes:

ANTIGÜEDAD DEL INVENTARIO

Indicador que mide cuánto tiempo (días) le toma a la empresa rotar sus inventarios. Los inventarios en las empresas inmobiliarias representan los bienes que han sido construidos o adquiridos para su comercialización. Este cálculo nos lleva a determinar en cuantos días se está realizando el inventario. La fórmula a aplicar es: (Inventarios * 360) / (costos totales) **Antigüedad de la cartera de clientes**

Es el mismo indicador conocido como rotación de cuentas por cobrar que busca identificar el tiempo (días) que le toma a la empresa convertir en efectivo las cuentas por cobrar que hacen parte del activo corriente. Las cuentas por cobrar son recursos inmovilizados que están en poder de terceros y que representan algún costo de oportunidad, principalmente costos financieros. La fórmula a aplicar es: Cuentas por cobrar comerciales corrientes y no corrientes) * 360) /Ventas de bienes + Prestación de servicios

Periodo de pago a los proveedores

Identifica el número de días en se tarda la empresa en pagar a sus proveedores. Es el tiempo promedio de pago a los proveedores de bienes y servicios. La fórmula a aplicar es: (Cuentas por pagar corriente y no corriente) * 360/(Compras + importaciones)

Rotación de activos.

Mide la eficiencia de la empresa en la utilización de los activos. Los activos se utilizan para generar ventas, ingresos y entre más altos sean estos, más eficiente es la gestión de los activos. Este indicador se determina dividiendo las ventas totales + prestación de servicios entre los activos totales. El resultado es el número de veces en que han dado la vuelta los activos en relación con los ingresos.

Para el sector inmobiliario en el periodo 2015 – 2016 se obtuvieron los siguientes resultados:

Año 2016	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Antigüedad de la cartera de clientes (días)	87	85	91	42	110	15	122
Antigüedad del inventario (días)	450	674	168	741	568	6	796
Periodo de pago a los proveedores (días)	502	587	419	157	2171	0	464
Rotación de los activos totales (veces)	0.2	0.2	0.3	0.4	0.2	0.3	0.2

Año 2015	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Antigüedad de la cartera de clientes (días)	114	121	103	37	184	35	170
Antigüedad del inventario (días)	423	609	189	710	460	2	702
Periodo de pago a los proveedores (días)	738	700	785	140	3593	3826	541
Rotación de los activos totales (veces)	0.2	0.2	0.3	0.4	0.2	0.3	0.2

Año 2014	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Antigüedad de la cartera de clientes (días)	89	99	74	40	124	n/d	99
Antigüedad del inventario (días)	290	430	114	546	332	n/d	430
Periodo de pago a los proveedores (días)	580	736	403	130	1357	n/d	736
Rotación de los activos totales (veces)	0.3	0.2	0.3	0.5	0.2	n/d	0.2

En promedio las empresas, en el 2016 tardaron en cobrar a sus clientes 87 días. Una mejora sustancial en relación con 2015 en donde el periodo de cobro fue de 114 días. Una reducción de 27 días. Esto ha causado una mejoría en la liquidez general de la empresa en términos de disponibilidad de efectivo para cubrir sus obligaciones. El tiempo promedio de realización de inventario se mantuvo casi estable entre el 2016 – 2015. Es decir, en 450 días y 423 días respectivamente. Esto refleja la paralización del sector debido a la crisis desatada en 2015 y la promulgación de la ley llamada de plusvalía. Las empresas que realizaron más rápidamente el inventario son las del Grupo 2, aquellas con menos de USD 4 millones en activos.
El periodo promedio de pago a los proveedores en 2016 se redujo a 502 días de 738 que fue en 2015. Esto revela la presión por parte de los acreedores para recuperar sus acreencias y por consiguiente menor capital de trabajo en el periodo de crisis. En 2014 el periodo promedio de pago fue de 514 días. Todas estas mediciones, tuvo su efecto en la rotación de los activos totales, mismos que rotación 0,2 veces en cada uno de los años estudiados. La rotación de los activos en 2014 fue de 0,3 veces. Por ende, podemos concluir en esta parte que el sector inmobiliario dependió del financiamiento de sus proveedores para financiar las inversiones en inventario y en cartera de clientes.

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO.

Las razones de endeudamiento permiten identificar el grado de endeudamiento que tiene la empresa y su capacidad para asumir sus pasivos. Entre los indicadores que se utilizan tenemos:

Razón de endeudamiento.

Mide la proporción de los activos que están financiados por terceros. Recordemos que los activos de una empresa son financiados o bien por los socios o bien por terceros (proveedores o acreedores). Se determina dividiendo el pasivo total entre el activo total.

Apalancamiento

Mide la relación o proporción que hay entre los activos financiados por los socios y los financiados por terceros y se determina dividiendo el pasivo total entre el patrimonio.

Multiplicador del patrimonio

Este indicador nos muestra cómo se multiplica el activo en relación con el patrimonio. La fórmula a aplicar es dividiendo el total del activo para el patrimonio. Un resultado mayor que uno indica que la mayor parte del financiamiento proviene de los acreedores. Esta razón es utilizada para medir el efecto sobre la rentabilidad en la fórmula de Dupont. La fórmula de Dupont para evaluar la rentabilidad está compuesta de tres elementos: margen de utilidad * rotación de los activos * multiplicador del patrimonio.

Costo financiero

Este indicador muestra en promedio el costo financiero incurrido por la empresa en relación con el total de los pasivos financieros. Este indicador nos permite evaluar la generación de valor económico en la empresa al compararlo con la rentabilidad del activo. La fórmula a aplicar es: Total costos financieros / deudas financieras a corto y largo plazos. Los resultados obtenidos de

las razones de endeudamiento para el periodo 2016 - 2015 para el sector inmobiliario se muestran a continuación:

Año 2016	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Razón de endeudamiento (%)	57%	59%	52%	84%	55%	57%	60%
Apalancamiento (veces)	1.34	1.46	1.08	5.18	1.20	1.30	1.52
Multiplicador del patrimonio (veces)	2.3	2.5	2.1	6.2	2.2	2.3	2.5
Costo financiero promedio (%)	5.9%	5.6%	9.0%	4.1%	6.0%	7.0%	5.2%

Año 2015	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Razón de endeudamiento (%)	56%	58%	52%	76%	54%	58%	58%
Apalancamiento (veces)	1.29	1.40	1.09	3.24	1.18	1.38	1.40
Multiplicador del patrimonio (veces)	2.3	2.4	2.1	4.2	2.2	2.4	2.4
Costo financiero promedio (%)	5.0%	4.4%	10.7%	5.2%	4.2%	2.0%	5.9%

Año 2014	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Razón de endeudamiento (%)	56%	59%	51%	81%	55%	n/d	59%
Apalancamiento (veces)	1.28	1.42	1.03	4.34	1.22	n/d	1.42
Multiplicador del patrimonio (veces)	2.3	2.4	2.0	5.3	2.2	n/d	2.4
Costo financiero promedio (%)	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d

La estructura de financiamiento durante el periodo analizado se ha mantenido en el 57%. Es decir, por cada USD 100 en activos, estos han sido financiados por los acreedores en USD 57. Consideramos una estructura equilibrada. Esto se complementa con la razón de apalancamiento que se ubicó en el mismo periodo de 1,29 veces el patrimonio. Es decir que por cada USD 1 en patrimonio, los acreedores han financiado a la empresa con USD 1,29. El costo financiero promedio fue de 5%. Cifra por debajo del costo bancario local. Lo que hace inferir que las empresas en su gran mayoría han tenido que recurrir a financiamiento externo con costos por debajo de la tasa de interés corporativa local. Las empresas que más alto costo financiero tuvieron que asumir fueron las del Grupo 2, es decir aquellas que tiene menos de USD 4 millones en activos. La tasa de costo financiero promedio para este segmento fue de 10%.

RAZONES DE RENTABILIDAD

Con estas razones se pretende medir el nivel o grado de rentabilidad que obtiene la empresa ya sea con respecto a las ventas, con respecto al monto de los activos de la empresa o respecto al capital aportado por los socios. Los indicadores más comunes son los siguientes:

Margen de utilidad bruta

Mide el porcentaje de utilidad logrado por la empresa después de haber cancelado las mercancías o existencias: (Ventas de bienes + prestación de servicios – Costo de ventas) /Ventas de bienes + prestación de servicios. Este margen de utilidad cubre los gastos operacionales y los gastos financieros.

Margen de utilidad neta

Indica o mide el porcentaje de utilidad que se obtiene con cada venta y para ello se resta además del costo de venta, los gastos operacionales y financieros incurridos, así como los impuestos y la participación de trabajadores. Esta utilidad está a disposición de los accionistas para repartirse como dividendos o capitalizarlas.

Rendimiento sobre el activo

Determina la rentabilidad obtenida por los activos de la empresa. También se denomina rentabilidad sobre la inversión. Se toma como referencia la utilidad neta después de impuestos + gastos financieros /activos totales). Este resultado se debe comparar con el costo de capital, mismo que comprende el costo de la deuda y el costo del patrimonio.

Rendimiento sobre el patrimonio

Mide la rentabilidad obtenida por el patrimonio de los propietarios y se toma como referencia la utilidad neta/Patrimonio.

Para las empresas del sector inmobiliario en el periodo 2016 – 2015 se tienen los siguientes resultados

Año 2016	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Margen de utilidad bruta (%)	58%	61%	53%	30%	77%	81%	52%
Margen de utilidad neta (%)	8%	12%	4%	10%	12%	14%	11%
Rendimiento sobre el activo (%)	2.7%	3.2%	1.6%	5.3%	2.8%	4.2%	2.9%
Rendimiento sobre el patrimonio (%)	4.7%	5.8%	2.5%	25.9%	4.4%	8.7%	4.8%

Año 2015	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Margen de utilidad bruta (%)	57%	59%	54%	34%	74%	82%	49%
Margen de utilidad neta (%)	9%	12%	4%	10%	13%	16%	10%
Rendimiento sobre el activo (%)	2.9%	3.3%	1.9%	5.2%	2.9%	5.2%	2.8%
Rendimiento sobre el patrimonio (%)	4.9%	6.0%	2.9%	17.2%	4.6%	11.1%	4.5%

Año 2014	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Margen de utilidad bruta (%)	54%	56%	52%	33%	66%	n/d	56%
Margen de utilidad neta (%)	10%	14%	5%	9%	16%	n/d	14%
Rendimiento sobre el activo (%)	3.3%	3.9%	2.1%	5.8%	3.6%	n/d	3.9%
Rendimiento sobre el patrimonio (%)	6.1%	7.6%	3.4%	23.2%	6.6%	n/d	7.6%

El promedio de rentabilidad bruta del sector es el 56% en el periodo 2016 – 2015. El 2017 fue superior en un punto porcentual. En 2014 el margen bruto fue de 54%. En medio de la crisis las empresas han manejado de mejor sus costos. Grupos 4 y 5 tuvieron mejor desempeño en el periodo. El margen de utilidad neta sobre las ventas totales fue de 8% y 9% para 206 y 2015 respectivamente. Esto significa que las empresas del sector destinan alrededor de 48 puntos porcentuales a sufragar gastos operativos, financieros e impuestos. En 2016, con excepción del Grupo 2, todos los demás grupos de empresas tuvieron un desempeño por encima del promedio. Esto significa que las empresas pequeñas (Menos de USD 4 millones en activos) tuvieron una rentabilidad baja -4%-, lo que afecta de manera ostensible al promedio general. El 2015 tuvieron un comportamiento similar al del 2016.

El rendimiento sobre el activo en 2016 fue de 2,7% en promedio para todo el sector. Estos rendimientos no cubren los costos financieros del endeudamiento que es de 5,9%. Por ende, los propietarios de las empresas tuvieron que sacrificar su rentabilidad y aun así no pudieron cubrir tales costos de financiamiento, por lo que, desde el punto de vista del valor, las empresas destruyeron valor en ese año. En 2015 el rendimiento sobre el activo fue de 2,9% frente al 5% de costo financiero. De igual manera, la rentabilidad sobre el activo no pudo cubrir los costos de financiamiento. El rendimiento del patrimonio en 2016 fue de 4,7%, muy inferior al costo de oportunidad del capital, que se podría estimar en alrededor del 20% para el caso del Ecuador. Nuevamente, los empresarios sacrificaron su rentabilidad en aras de permanecer en el negocio. En 2015 el rendimiento fue de 4,9%.

INDICADORES DE PREDICCION DE LA INSOLVENCIA EMPRESARIAL

Para efectos de este estudio, se han seleccionado dos modelos de predicción de insolvencia para las empresas que no cotizan en bolsa y por ser los más exitosos en cuanto a los resultados obtenidos. Los modelos seleccionados son el de Edward Altman y el CA-Score.

Modelo Z de Altman

Creado por Edward Altman con base en un análisis estadístico iterativo de discriminación múltiple en el que se ponderan y suman cinco razones de medición para clasificar las empresas en solventes e insolventes.

Modelo Z1 de Altman

Este modelo es una variación del modelo Z original, en el que se sustituye, por un lado, el numerador en X_4 por el valor en libros del patrimonio en lugar del valor de mercado y en el que la ponderación de cada índice también se modifica. Las adaptaciones se hicieron con el fin de aplicarlo a todo tipo de empresas y no solamente a las que cotizaran en bolsa.

Esta versión se desarrolló con empresas manufactureras y pondera de manera importante el activo total de la empresa y su rotación.

La función queda de la siguiente manera: $Z1 = 0.717\ X_1 + 0.847\ X_2 + 3.107\ X_3 + 0.420\ X_4 + 0.998X_5$ En donde:

X_1 = Capital de trabajo/Activo total, X_2 = Utilidades retenidas/Activo total,

X_3=Utilidad antes de intereses e impuestos/Activo total, X_4 = Valor contable del patrimonio/ Pasivo total,

X_5 = Ventas / Activo total

Si Z_1>= 2.90, la empresa no tendrá problemas de insolvencia en el futuro;

Si Z_1<= 1.23, entonces es una empresa que, de seguir así, en el futuro tendrá altas posibilidades de caer en insolvencia.
Si el resultado de Z_1 es de entre 1.24 y 2.89, se considera que la empresa se encuentra en una "zona gris" o no bien definida.

Modelo CA-Score
La Orden de Contadores Certificados de Quebec (Quebec CA's) recomienda este modelo y, según dice quien lo desarrolló, lo usan cerca de 1,000 analistas financieros en Canadá. Este modelo fue desarrollado por Jean Legault de la Universidad de Quebec en Montreal, usando el análisis estadístico iterativo de discriminación múltiple. El modelo tiene la siguiente fórmula:

$$\text{CA-SCORE} = 4.5913X_1 + 4.5080X_2 + 0.3936X_3 – 2.7616$$

Donde:
X_1= Patrimonio/Activo total, X_2= (Utilidad antes de impuestos + Gastos financieros) /Activo total X_3 = Ventas / Activo total.
Cuando CA-SCORE < -0.3, la empresa puede considerarse como "insolvente".
Aplicación de los modelos a los datos del sector inmobiliario en cada uno de los grupos estudiados se obtuvo los siguientes resultados:

Modelo Z_1 de Altman

	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Resultado Z1 de Altman 2016	0.906	0.856	1.036	0.989	0.852	0.955	0.826
Resultado Z1 de Altman 2015	0.936	0.888	1.044	1.029	0.871	0.951	0.870
Resultado Z1 de Altman 2014	1.009	0.945	1.148	1.094	0.936	0.000	0.920

En todos los casos, tanto a nivel de todo el sector inmobiliario como a los Grupos de empresas, los resultados son inferiores a 1,23, por lo que, si sigue así, en el futuro tendrán altas posibilidades de caer en insolvencia.

Modelo CA-Score

	Total empresas del sector inmobiliario	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Resultado CA-Score 2016	-0.539	0.371	1.679	1.448	3.551	4.613	5.296
Resultado CA-Score 2015	-0.487	0.427	1.695	1.779	3.581	4.580	5.383
Resultado CA-Score 2014	-0.455	-0.559	-0.245	-1.387	-0.423	0.000	-0.595

De igual manera, en todos los casos y a nivel de Grupos de empresas, los resultados son < -0.3, la empresa puede considerarse como "insolvente".

CONCLUSIONES

Como se habrá podido apreciar, la situación del sector inmobiliario desde el punto de vista de la liquidez no ha tenido dificultades. Asimismo, se observa que los niveles de endeudamiento a nivel de todo el sector guardan una relación equilibrada entre pasivos y patrimonio. La deuda ha sido manejada de una manera prudente. Las rotaciones de inventario y de cuentas por cobrar han resultado en altos niveles y de periodos bastante extensos para su realización, sus inventarios no rotan debido a la paralización de los adquirentes ante la incertidumbre creada por la expedición de la denominada ley de plusvalía. Las dificultades encontradas mediante este análisis financiero se evidencian en la rentabilidad, que no guarda relación con el costo financiero de la deuda ni la rentabilidad que los inversionistas exigen. Entendemos que los inversionistas han sacrificado su rentabilidad en aras de conservarse dentro del sector. Las pruebas de predicción de insolvencia empresarial muestran que las empresas de todo el sector y a nivel de Grupos, en el corto plazo -dos años vista, de seguir con estos resultados, tienen alta probabilidad de caer en insolvencia

RECOMENDACIONES

Siendo la actividad inmobiliaria, derivada de la construcción, la que genera una gran cantidad de empleo y de desarrollo se hace necesario que a nivel de estado se establezcan políticas de incentivos para sostener la economía. Se estima que por cada empleo que se genera en el sector produce de manera indirecta dos empleos. La crisis del sector inmobiliario ha derivado en la destrucción de alrededor de 300.000 plazas de trabajo de manera directa e indirecta.

El Gobierno Nacional ha manifestado su apoyo al sector y para esto ha convocado a los representantes del sector constructor para que participen en el plan de viviendas que se desarrollará en los próximos tres años. La meta es construir alrededor de 325.000 viviendas. Esta participación tendrá dos esquemas, uno con recursos propios del constructor y otro como socio del estado construyendo en terrenos de propiedad del estado. La preocupación del sector inmobiliario se afinca en el modelo que no se ha revelado de manera detallada.

De igual manera, se hace necesaria la derogatoria de la llamada Ley de Plusvalía, misma que ha tenido efectos perniciosos sobre el sector, paralizando proyectos de gran importancia y destruyendo empleos. El Gobierno también ha manifestado que no permitirá la especulación con la tierra para no encarecer las viviendas.

BIBLIOGRAFÍA

Ávila Macedo, Juan, Introducción a la Contabilidad, (página 16). 2013
Abraham Perdomo Moreno, 2000, Análisis e interpretación de los Estados Financieros,
AECA: Decisiones Financieras y Fracaso Empresarial. Ed. AECA. España, 2000 1° Edición
Anaya Héctor, 2011, Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera, Universidad Externado de Colombia
Apaza Meza, Mario; (1999) Lima: Instituto de Investigación del Pacífico.
Baena Toro Diego. (2010) Análisis Financiero Ediciones Ecoe . Bogotá Colombia
Balten, Steven – Administración Financiera, Universidad Hausten EEUU, 1981.
Benítez Miranda, Miquel A., Miranda Dearribas, Ma. Victoria – Contabilidad y Finanzas para la Formación Económica de los Cuadros de Dirección, Universidad de la Habana, Cuba 1997.
Brigham, Eugene y Houston, Joel (2006). Fundamentos de Administración Financiera (10ª ed.). México. Cengage Learning Editores. 831 pp.
Colarte Grave de Peralta, Luís E – Apuntes sobre los Principios y la Estructura Básica de la Contabilidad, el Análisis Financiero Contable como base de la Administración Financiera, CNEC, Ciudad de la Habana, Cuba, 1997.
Conso Pierre: La gestión financiera de la empresa. Ed. Hispano Europea. Barcelona, 1984
De la Hoz, Betty; Uzcátegui, Sigilgredo; Borges, Jesús y Velazco, Ángel (2008).
Elizondo, Alan y Altman, Edward (2003). Medición Integral del Riesgo de Crédito. Limusa. 200 pp
Federación de Colegios de Contadores Públicos (2000). Declaración de Principios de Contabilidad Número 10. (DPC-10). Caracas. Venezuela.
Fernández de Armas, Gonzalo – Estados Financieros. Análisis e Interpretación, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americano, México, 1970.
Fondevila Roca, Eduardo: El diagnóstico financiero de la empresa. Ed. Ariel. España, 1973
Fornero, Ricardo: Análisis Financiero con Información contable. Ed. FCE-UN Cuyo. Mendoza, 2004
Fornero, Ricardo: Modelos de componentes para analizar el rendimiento patrimonial. Ed. FCE-UN Cuyo. Serie Estudios Administración 46
García, María Alicia: Análisis de empresas y Riesgo Crediticio. Ed. Buyatti. Buenos Aires, 2010 México, 2007. ISBN: 978-970.
Gitman, Lawrence (2012). Principios de Administración Financiera (12ª ed.). México. Prentice Hall. 631 pp.
Gustavo Tanaka Nakasone, 2001, Análisis de los Estados Financieros, para la Toma de Decisiones, (página 337) Grinaker y Barr, El examen de los Estados Financieros, Quinta Edición en 1981.
Hernández, José Luis (2005). Análisis Financiero. Perú.
Hurtado; Jaqueline (2007). El Proyecto de Investigación. Metodología de la Investigación Holística (5ª ed.). Caracas, Venezuela. Quirón. 183 pp.
Higgins, Robert: Análisis para la Dirección Financiera. Ed. Mc Graw Hill. España, 2004
Horgren Sundem. *Análisis financiero*. Prentice-Hall. Hispano Americana. Séptima edición
Kaplan, Robert y Norton, David: Cuadro de mando integral. The Balanced Scorecard. Ed. Gestión 2000. Barcelona, 1997.
Kaplan, Robert y Norton, David: Cómo utilizar el Cuadro de Mando Integral para implantar y gestionar su estrategia. Ed. Gestión 2000. Barcelona, 2001
Mallo, Carlos y Merlo, José (1995). Control de Gestión y Control Presupuestario España. Mc Graw Hill. 414 pp.

Mochón, Francisco. (2001). Economía. Teoría y Política (4ª ed.). España. Mc Graw Hill.
Mondino, Diana y Pendas, Eugenio: Finanzas para Empresas Competitivas. Ed. Granica. Buenos Aires, 1994 1° Edición.
Norese, Alberto: Implementación de un sistema de control de gestión en las Pyme. Ed. Alta Gerencia, T. V. Buenos Aires Oriol Amat, Análisis Económico Financiero, 16 Edición en abril 1997.
Ortiz Gómez, Alberto: Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico. Ed. Mc Graw Hill. Colombia, 2005 2° Edición.
Pérez Barbeito, Jorge: Cómo hacer un Diagnóstico Financiero. Ed. Facultad de Administración y Economía-U de Tarapacá. Arica-Chile
Rubio Domínguez (2007), Manual de análisis financiero.
Sasso, Hugo Luis: Conocimientos contables necesarios para el analista de créditos. EDICON. Buenos Aires, 2009
Sbdar, Manuel: Diagnóstico Financiero. Análisis y Planificación. Ed. Temas. Buenos Aires, 2006
Weston J, Fred y Thomas E. Copeland (1992) Finanzas de Administración Tomo I pág. 14. Editorial McGraw Hill
Wild, John J.; Subramanyam, KR; Halsey, Robert E. *Análisis De Estados Financiera* Editorial McGraw-Hill.

014. LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: UNA NUEVA VISIÓN DE LA GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO EN LOS HOTELES DEL CANTÓN QUEVEDO –ECUADOR

Autores:
Manjarrez Fuentes Nelly[21]
nmanjarrez@uteq.edu.ec.

Boza Valle Jhon[22]
jboza@uteq.edu.ec

Juan Carlos Cano[23]
jcano@uteq.edu.ec

Oscar Moncayo Carreño[24].ec.
omoncayo@uteq.edu.ec

RESUMEN:

La presente investigación se realizó en la ciudad de Quevedo, logrando la caracterización de las prácticas de gestión de recursos humanos de los hoteles, en los últimos años los cambios de paradigmas empresariales, son retos de los directivos en todos sus componentes inherentes al trabajo de una empresa, Actualmente surge la necesidad de prestar más atención a los activos inmateriales de la empresa, sobre todo aquellos que aportan valores económicos a la empresa, en este contexto el conocimiento se ha convertido importante para las empresas. El objetivo es analizar las prácticas de gestión del recurso humano como factor clave para los hoteles. La metodología utilizada es descriptiva. Se utilizaron métodos teóricos como el analítico sintético y el histórico lógico; los instrumentos utilizados fueron entrevistas y cuestionarios, la información fue procesada estadísticamente usando el paquete estadístico *SPSS 22.0 para Windows versión 22.0*. Los resultados se pudieron observar practicas comunes, así como una inadecuada la utilización de las prácticas de gestión de los recursos humanos en los hoteles lo que influye en la competitividad de los hoteles del cantón Quevedo.
Palabras claves: Gestión, gestión del conocimiento, recurso humano.

Knowledge management: a new vision of human resource management in hotels in the Quevedo –Ecuador canton

Summary

The present investigation was carried out in the city of Quevedo, achieving the characterization of the human resources management practices of the hotels of, in recent years the changes of business paradigms, are challenges of the managers in all its components inherent to the Work of a company, Currently there is a need to pay more attention to the intangible assets of

[21] Ingeniera en Administración de Empresas Agropecuaria, Doctora en Ciencias Económicas, Profesora de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo
[22] Economista, Doctor en Ciencias Económicas, Profesor de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo
[23] Ingeniero en Marketing, Magister en Administración de Empresas, Profesor de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
[24] Ingeniero en Gestión Empresarial, Magister en Dirección dc Empresas, Profesor de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

the company, especially those that provide economic values to the company, in this context knowledge has become important for companies. The objective is to analyze human resource management practices as a key factor for hotels. The methodology used is descriptive. Theoretical methods such as synthetic analytics and logical history were used; The instruments used were interviews and questionnaires, the information was processed statistically using the statistical package SPSS 22.0 for Windows version 22.0. The results showed common practices, as well as an inadequate use of human resources management practices in hotels, which influences the competitiveness of the hotels in the Quevedo canton.

Keywords: Management, knowledge management, human resources

INTRODUCCIÓN

Los cambios producidos por la globalización y sucesos, repercuten notoriamente en el desarrollo de las organizaciones, influenciados por factores económicos, tecnológicos, sociales, culturales, políticos, demográficos y ecológicos, estos cambios están directamente relacionados con el recurso humano debido a que, son las personas las que integran, permanecen y participan en las organizaciones. Sin importar su nivel jerárquico o sus tareas los recursos humanos son el principal recurso activo y dinámico que impulsa la organización dándole valor a la misma.

Las exigencias de cambio organizacional, se han convertido en una urgencia para las organizaciones, que deben responder a las necesidades y exigencia de la sociedad. Por lo tanto, deben hacerlo desde los criterios de una nueva visión de gerencia, a los tradicionales criterios de economía, eficiencia y efectividad.

El contexto empresarial contemporáneo es variable en extremo, por lo cual los recursos humanos y su gestión adecuada deben comprenderse y considerarse desde ese espíritu de cambio constante, en el cual son múltiples los retos que plantean el día a día, los cambios tecnológicos, el acceso a la información, entre muchos otros factores. Por tanto, cada uno de los recursos que integran la entidad, y entre ellos los humanos con un cariz muy especial, deben ajustarse debidamente para enfrentar dichos cambios y superarlos de manera exitosa. Un elemento indispensable para el exitoso funcionamiento de una empresa es la administración eficiente de sus recursos. Entre ellos, los recursos humanos se revisten de una importancia crucial, pues son sus únicos recursos vivos, los pilares fundamentales de la organización, los responsables del cambio —favorable o no— que pueda producirse dentro de la empresa, las entidades claves en el aumento de la competitividad o la productividad de la misma (Calzadilla, 2011).

En el criterio de Gadow "…la causa fundamental radica en los recursos humanos, y en los procesos de implantación y control de las estrategias en particular. A ello, junto a la planeación, considerando los tres procesos fundamentales de la Dirección estratégica y yendo de lo general a lo particular" (Manjarrez et al. 2016).

Históricamente, las organizaciones han centrado su objetivo en generar mercancías y utilidades, al margen del ser humano. En la contemporaneidad se experimenta un giro en los objetivos de las organizaciones, orientándose a contribuir al desarrollo integral del ser humano, el cual participa en el proceso productivo como un gestor. En la gestión del personal, el trabajador es tratado como el cliente interno, al cual se le ofrecen condiciones para mejorar su calidad de vida y, a su vez, son portadores de valores.

En esa línea, al analizar el concepto de gestión de recursos humanos se aprecia que varios autores resaltan algunos elementos que deben incluirse en la definición. Así, Alles (2017) señala que la GRH implica desde los temas legales y administrativos hasta los subsistemas de los recursos humanos. Por esto y, atendiendo a los objetivos de la investigación en relación con la definición de GRH, se adopta para este trabajo el criterio de (Cuesta, 2010: 20): "…la Gestión de Recursos Humanos asume un gran cúmulo de actividades relacionadas con la organización laboral en su interacción con las personas, destacándose actividades claves como: inventario de personal, selección, evaluación de desempeño, planes de comunicación,

planes de formación y de carreras, estudio de clima y motivación, organización del trabajo, ergonomía, condiciones de trabajo y seguridad e higiene, planificación estratégica de recursos humanos y optimización de plantillas, sistemas de pago, estimulación psicosocial, auditoría." Ese enfoque, para la segunda mitad del siglo XX, adquiere un papel a partir de la formulación de la Teoría del Capital Humano. Algunos pensadores de la economía Clásica Burguesa, comienzan a identificar las capacidades humanas creadas y desarrolladas por la educación, la acumulación de la experiencia productiva, entre otros, como factor productivo, o sea como capital (Manjarrez & Fernández; ; 2014).

Las transformaciones referidas inciden en la teoría de los recursos humanos al proponer un enfoque integral que combina la respectiva naturaleza humana con estudios científicos de las organizaciones, donde se promueve la creatividad y compromisos con los trabajadores y el desarrollo de los valores. Se resalta en primer plano, la faceta del hombre creativo, que transita desde el concepto de Capital Humano hasta el más reciente, el de Talento Humano. "Las personas junto con sus conocimientos y habilidades intelectuales, se convierten en la base principal de las organizaciones. La antigua administración de recursos humanos (ARH) dio lugar a un nuevo enfoque: la gestión del Talento Humano. En esta nueva concepción las personas dejan de ser simples recursos (humanos) organizacionales, para ser estudiadas como seres dotados de inteligencia, personalidad, conocimientos, habilidades destrezas, aspiraciones y percepciones singulares son los nuevos socios de la organización" (Chiavenato, 2002: 112).

Cuesta, añade nuevos elementos a la propuesta realizada por Idalberto Chiavenato en el 2002, en relación con la diferenciación entre la gestión de los recursos humanos y la gestión del talento humano. En síntesis, Cuesta (2010: 24) plantea:

> *"(…) la Gestión de Recursos Humanos (GRH), o Gestión Humana o Gestión del Talento Humano, tiene por objeto la gestión de personas que trabajan en la organización laboral, y esas personas son las portadoras del conocimiento que no puede tratarse descontextualizado o independientemente de las personas como seres sociales, ni al margen de la organización que lo condiciona y donde queda materializado parte de ese conocimiento, a utilizarse en su continua y necesaria renovación* (…)."

A este planteamiento Lorenzo (2013: 57) le añade que *"La gestión del talento humano no solo debe tomar en cuenta el conocimiento, sino todas las competencias necesarias para alcanzar altos niveles de desempeño y resultados en una esfera de la actividad humana".* En síntesis, cuando en la literatura especializada se utiliza el término Talento Humano, se basan en la concepción de un hombre como "indispensable" para lograr el éxito de una organización, es por ello que las organizaciones han comenzado a considerar al talento humano como su capital más importante y la correcta administración de los mismos como una de sus tareas más decisivas. De aquí el surgimiento de nuevos retos en la administración de las personas: es la de gestionar el Talento Humano.

Según Perry *et al* (2006) señalan el carácter estratégico de la gestión del talento humano, como proceso de vincular la función del recurso humano con los objetivos estratégicos organizacionales, con el fin último de mejorar el desempeño. De acuerdo con estos autores, la gestión estratégica del talento humano debe conducir al alcance de unos objetivos intermedios: efectividad en la política de personal, empoderamiento de los

empleados y creación de una cultura del desempeño en la organización. Las bases de esta estrategia organizacional son un conocimiento de las realidades del personal en la organización, una valoración del empleado como un sujeto autónomo y capaz de auto-gestionarse, el reconocimiento del talento humano como un activo más que como un costo variable y un fuerte enfoque a resultados (Sanabria *et al*, 2015).

Posteriormente producto de las exigencias globales y la competitividad se promueve el enfoque de Gestión por Competencias nace de la Psicología Organizacional desde fines de los años 1960 principios de 1970 inmersa en teorías de la motivación. Busca explicar la génesis del desempeño exitoso en el puesto, por lo que es necesario asumirla en la interdisciplinariedad de la gestión de los recursos humanos. Su objetivo es conocer las competencias de las personas en su interacción con los puestos de trabajo, el ambiente laboral y la cultura organizacional, donde la psicología humana es primordial (Chiavenato, 2001; Cuesta, 2005; 2010). La gestión por competencias surge con el sesgo del paradigma positivista y con la impronta del pragmatismo, tomando auge en la práctica empresarial avanzada (Manjarrez, et al 2016)

En este contexto en el criterio de Ríos (2014). El enfoque de competencias es un elemento fundamental para la implementación de las empresas: que ayuda a lograr una verdadera alineación del talento humano y la estrategia de negocios, facilitando a su vez el desarrollo profesional del talento humano de las empresas. Este enfoque por competencias se ha convertido en la forma más útil y eficiente de obtener rendimiento y desempeño (Ríos, 2014). Las empresas se encuentran en constante proceso del cambio, y de ahí la necesidad de ir modificando cada día, además se reconoce la importancia para el desarrollo de las habilidades con la inteligencia emocional. (Jiménez, 2016).

Así mismo en las nuevas tendencias globales, caracterizado por la innovación permanente, la globalización de los mercados, el uso de la tecnología, nuevas estructuras organizacionales entre otras, donde se concibe a la dinámica e importancia de que la gestión de talento humano sea flexible a los distintos escenarios (Armas, et al 2017).

En esta era, la era del conocimiento, donde se cuenta con información al momento, Por otro lado, el conocimiento cambia día a día y por lado las personas son poseedoras del conocimiento, pero a su vez este debe estar en dependencia de la innovación y actualización permanente. Todos estos cambios instauran las bases para paso a la globalización de la economía, gracias a la migración de capitales y de inversiones (Armas, et al 2017).
En este contexto las empresas tienen el reto de adoptar modelos de “gestión de talento humano” para enfatizar el cambio de paradigmas en la concepción del trabajador en las organizaciones, visto como personas que poseen talentos, pueden desarrollarlos y ser aprovechados para beneficio de las empresas.

En este sentido las empresas existen para ser exitosas en los sectores productivos donde es significativo para las economías de los países emergentes, debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza, deben revisar sus negocios con base en una fuerza productiva, social, que vislumbre una estructura corporativa y competitiva centrada en la cultura de la planificación, en el talento humano calificado con las competencias, la flexibilidad y adaptabilidad de cambios, para que puedan sostener sus ventajas

direccionándolas a ser fortalecidas y a la competitividad, y es necesario ver a los trabajadores como coparticipe empresarial que conlleve a un compromiso mutuo.
En nuestro criterio, también se debe incorporar al concepto de gestión de los recursos humanos, los aspectos pluriculturales del espacio donde se desarrolle la empresa. La visión medioambiental, atendiendo a la necesidad imperiosa de protección al planeta para la coexistencia presente y futuro Buen vivir (Sumak Kaway), entendiendo que el recurso humano es el propio hombre que convive en sociedad en el mismo espacio geográfico en el que se enmarca la empresa, así como los estilos de vida y elementos patrimoniales.
Las empresas están conformadas por el capital humano y la gestión de dichos recursos humanos, destacando la gestión de las personas, debe concebirse desde un enfoque multidimensional entendiendo que el desarrollo de las organizaciones es, a su vez, el desarrollo del talento humano de la empresa. Dada la importancia de este tipo de temas para el país, este artículo pretende caracterizar la gestión de los recursos humanos que contribuyen al éxito de las organizaciones.

Materiales y Métodos.
La investigación se realizó en 20 establecimientos hoteleros de la ciudad Quevedo en la Provincia de Los Ríos. ubicada en el centro del País zona costa, que limita con los cantones de Buena Fé y Valencia al Este: Cantones de Quinsaloma y Ventanas, al Sur cantón Mocache, y al Oeste Provincia del Guayas (Figura 1), que limita al norte con las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, al oeste y sur con Guayas, al este con Cotopaxi y Bolívar, al noroccidente con Manabí.

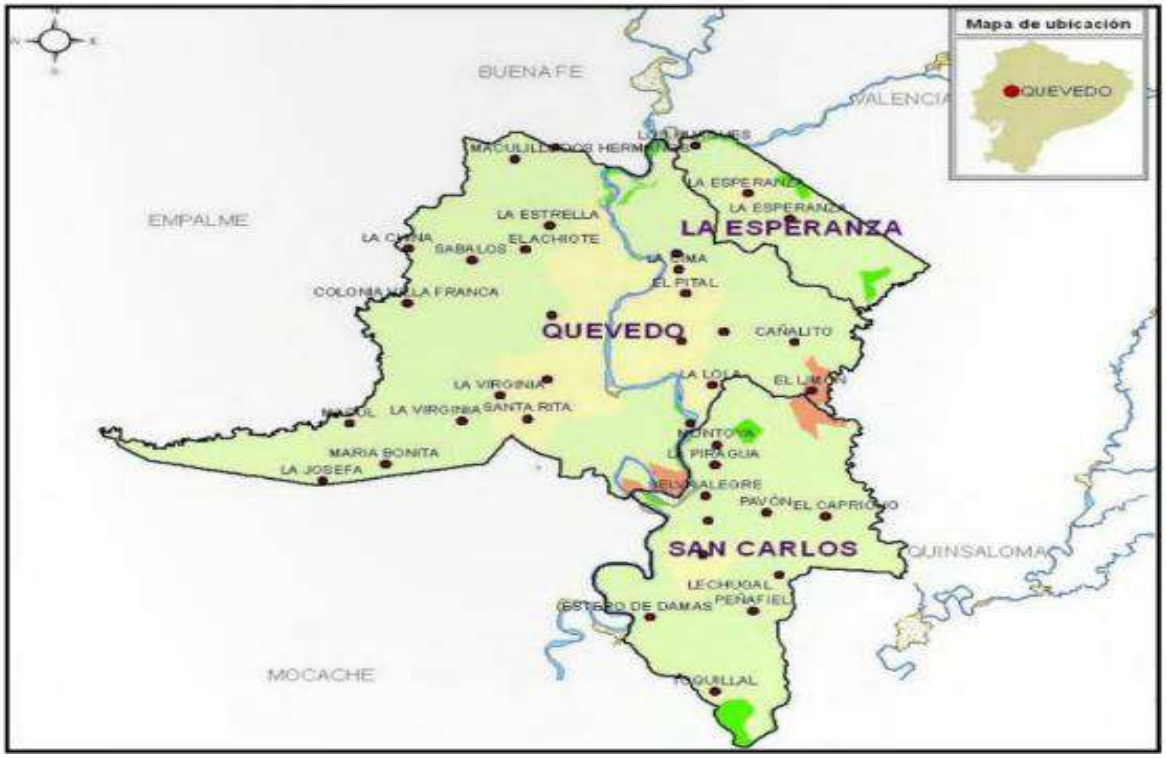


Figura 1 Ubicación Geográfica del área de estudio
Fuente GAD Municipal del Cantón Quevedo 2016

El trabajo correspondió a una investigación con enfoque cualitativo, cuyo alcance fue del orden descriptivo, orientado a buscar tendencias de grupo o población, de acuerdo con

Hernández, Fernández & Baptista (2010, 80). Se emplearon métodos teóricos y empíricos de observación científica, analítico y sistemático. La investigación se realizó en tres etapas que comprenden: Elaboración del instrumento. Con el propósito de recolectar la información necesaria sobre la gestión del recurso humano en las instalaciones hoteleras, se construyó un cuestionario de selección múltiple estructurado en preguntas abiertas y cerradas, de acuerdo con lo descrito por Notario (2004, 257). Para el desarrollo de la investigación, se consideró el Inventario del alojamiento turístico en el cantón Quevedo, y se tomó toda la población según: (Inventario Turístico del departamento de Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo 2018) nueve hoteles Palmar del Sol, Hotel Olímpico, Costa del Sol, Hotel Del Rio, Presidente, inglés, Hotel París, Bravo Grand Hotel, San Andrés INN, Hotel Paris 1; dos hoteles de Lujo: D'Barros y Ejecutivo; siete hostales Aroma de Cacao, Rancho Galaxi, Almaquint, Los Helechos, Hilton, Donde Carmita, Tampa Bay.

Las preguntas abiertas fueron de carácter específico, considerando la menor interpretación de los encuestados y las cerradas presentaron un número de posibles respuestas y una opción adicional en caso de ser necesario. La información obtenida fue tabulada en MS Excel 2010 y representada mediante figuras. Los datos fueron procesados con el empleo del paquete estadístico *SPSS 22.0 para Windows versión 22.0*. ver. 21.0 for Windows. Se realizó un análisis de estadística descriptiva.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

La gestión de las empresas del sector hotelero no ha alcanzado todo su protagonismo, aunque las tendencias actuales marcan pautas para lograr mayor efectividad y brindar servicios con calidad. Actualmente el nivel de competitividad de las empresas ha aumentado considerablemente, por lo que se han visto en la necesidad de generar valor agregado a sus productos y/o servicios que ofrecen dentro del mercado, lo que se requiere de sistemas de gestión actuales que demandan de talento humano con competencias bien estructuradas que no solo se basan en lo instrumental o técnico aplicable, sino también en lo emocional, refiriéndose a su personalidad (Ríos, 2014).

En estricto sentido, el crecimiento empresarial de un hotel exige el aprendizaje constante de innovaciones, tecnología empresarial para lo cual *«es necesario contar con aplicaciones hoteleras que permitan efectuar el curso de los negocios de forma ágil y extensible. Es innegable que los hoteles que no estén preparados para "jugar" en un terreno multiempresarial, en forma rápida y conectada, terminarán por ser desconocidos en el ámbito competitivo» (Játiva, 2014, 27),* Citado por *(*Espín *et al, 2016).*

Se encontró que la mayoría de los hoteles están categorizados por segunda categoría (70%) y en primera categoría corresponde al (30%), es notorio que ninguno d los hoteles están categorizados por tres, cuarta y mucho menos cinco estrellas, aspecto esencial para evaluar el nivel de calidad de los servicios que brinda la empresa, sin embargo, hay dos hoteles que son considerados de lujo, es decir los hoteles ofrecen servicios básicos, dos hoteles considerados de lujos tienen varios servicios entre los básicos tienen piscina, salones de recepción y cumplen con los requisitos básicos que exige el reglamento del Ministerio de Turismo. (Figura 2).

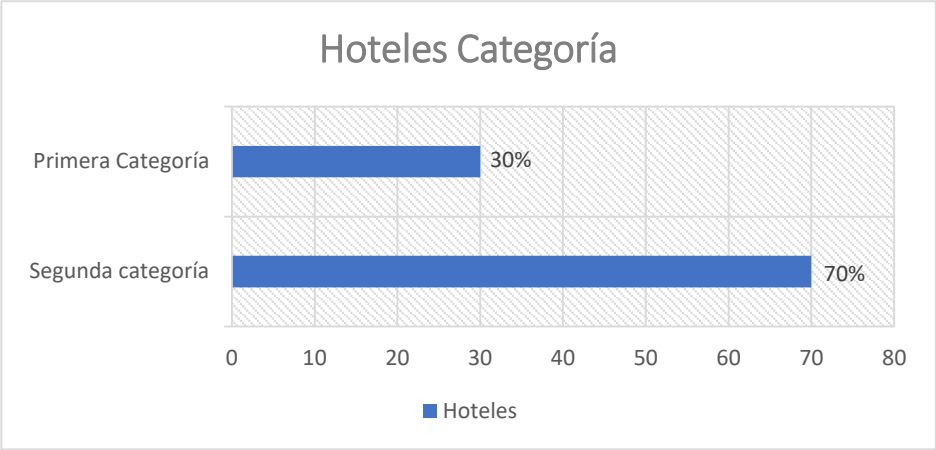


Figura 2 Categoría de los hoteles
Fuente Elaboración propia

Para conocer la situación actual de la gestión de recursos humanos, En sentido general, como punto de partida, se identificaron las prácticas en la GRH, los administradores de los hoteles han venido realizando, en su mayoría de forma empírica los procesos de planificación reclutamiento, selección, orientación al ingreso del nuevo personal, formación Plan de desarrollo, evaluación de desempeño y sistema de estimulación, y otros más, que se enmarcan en las prácticas de gestión, ajenos a un proceder científico metodológico que guíe el proceso general. Al mismo tiempo, carecen de preparación en cuanto a la forma de gestionar los recursos humanos, mucho menos los relacionados con algunas técnicas y aplicación de procedimiento en la obtención de plantilla de la GRH.

Se determinó que, el 40% de los encuestados siempre planifican y un 35% frecuentemente planifican sobre las necesidades de personal en las empresas hoteleras, en paralelo el reclutamiento de personal el 70% lo realiza de acuerdo a las competencias de los puestos, no obstante, en su mayoría son recomendados, respecto a la selección el 60% de los administradores realiza una entrevista es la única técnica que aplican, no existe ningún procedimiento, además no consideran la formación lo único que se requiere es personal con deseos de trabajar. El 55% frecuentemente realizan un plan de desarrollo, pero se considera a un solo empleado, el contador o recepcionista encargada de las actividades económicas. Frecuentemente el 35% evalúa el desempeño laboral de acuerdo a las competencias y frecuentemente el 30% tiene un plan de estimulación,

Se pudo comprobar que, en su mayoría, los hoteles no brindan servicios de cafetería, restaurante no utilizan sistema informático, por lo general ofrecen servicios básicos de alojamiento, son los de más baja categoría uno y por ende sus servicios no cumplen con los estándares de calidad, es importante resaltar que la mayoría de los establecimientos de alojamiento y hospedaje ofrecen servicios básicos no disponen de un sistema informático propio de la empresa que puedan registrar, ejecutar, evaluar y gestionar los procesos y mejorarlos.
Se evidenció que la mayoría de los hoteles contaban con una planta de empleados de hasta tres a cinco en promedio, con excepción de uno que cuenta con más de 8 colaboradores los mismos, que ofrece estabilidad laboral de uno hasta tres empleados, el resto son contratados esporádicamente de acuerdo a la necesidad especialmente para los fines de semana donde tienen demanda. La percepción de los encuestados reflejó una baja participación de los

empleados en el uso de los sistemas de gestión hotelero en cada establecimiento, la mayoría de los administradores refieren que cada sistema se ajusta a las necesidades del hotel y no mostraron interés en mejorar sus conocimientos mediante la capacitación y, el resto, plantea que no sabe, lo que denota un estancamiento en el área de capacitación de las empresas hoteleras de Quevedo.

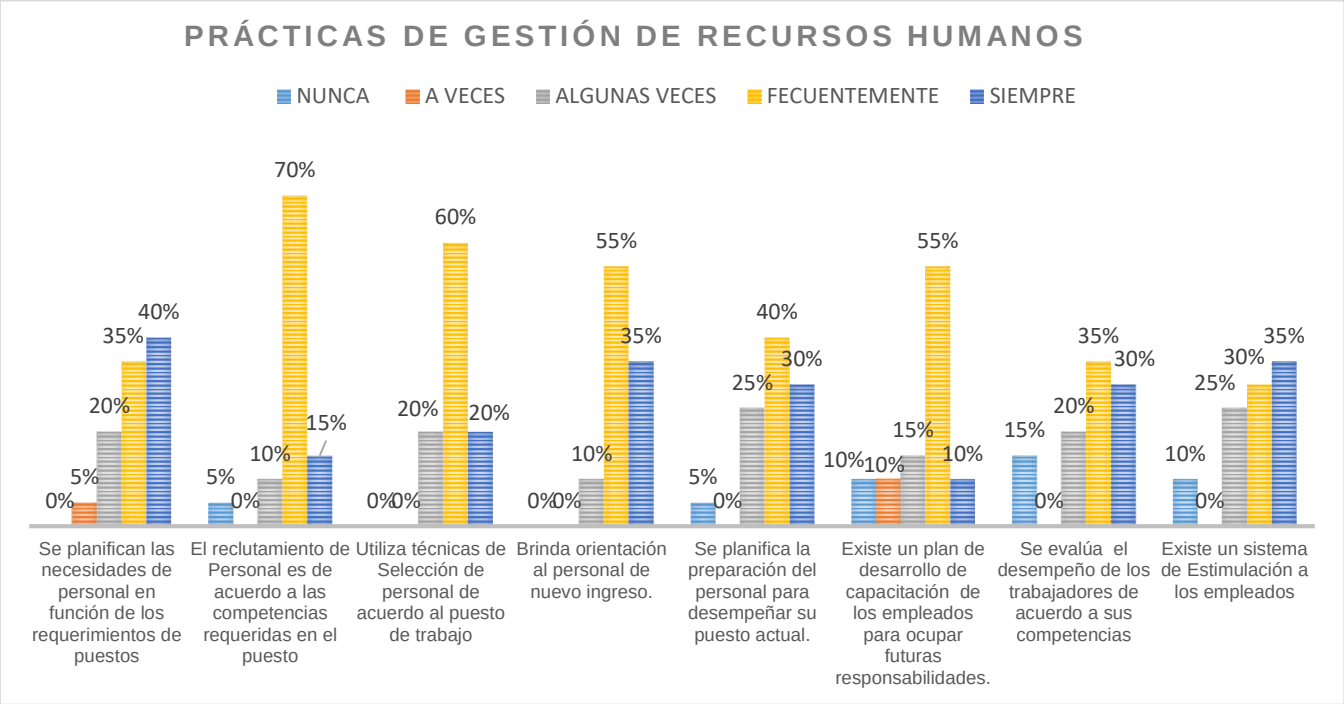


Figura 3 *Prácticas* de Recursos Humanos
Fuente *Elaboración* propia

En el criterio de (Panizo, et al. 2019) Las razones para gestionar el conocimiento son variadas: generar cambios y resultados sustentables, optimizar recursos, aprovechar el conocimiento existente, aprender permanentemente y estimular la creatividad e innovación. La combinación e intercambio de conocimientos en una organización se relaciona directamente con la disminución de costos, la creatividad e innovación en los productos, el mejoramiento organizacional y el aumento de su rendimiento y de los ingresos por ventas.

La gestión del conocimiento se ha convertido en un valor clave para las organizaciones (Donate y Sánchez de Pablo, 2015). Esta se refiere al conjunto de actividades, iniciativas y estrategias utilizadas en una organización para administrar el conocimiento, Además se requiere de las prácticas de aprendizaje continuo y retroalimentación y gestión de las competencias individuales (Echeverri, et al, 2018).

Por su parte Manjarrez et al. (2016, 1-3) identificaron deficiencias en la forma y calidad de los servicios por lo que requiere de mejoras desde una perspectiva de responsabilidad social.
Es evidente que, para ir al camino del llamado progreso en un país, se debe a la capacidad de reconocer el potencial de los servicios y/o productos que impulsan la economía, pero ante todo a la función de las personas que hacen posible el fortalecimiento de la economía a través de sus acciones y trabajo (Echeverri, et al, 2018).

En este contexto se considera a la gestión del recurso humano con su talento, conocimiento compromiso son el pilar fundamental del desarrollo de las empresas, y su aporte es de suma importancia en la economía ecuatoriana.

CONCLUSIONES:

Se diagnosticó la situación actual de las prácticas de gestión d e recursos humanos de los hoteles a partir de la observación directa y de cuestionarios aplicados a los administradores en la totalidad de las empresas objeto de estudio permitió concluir que:

De acuerdo a los resultados, todos los procesos son susceptibles a ser perfeccionados a partir de ello se determinó que el proceso de la planificación sobre el número de talentos idóneos acorde a las necesidades en su mayoría no planifica, no consideran presupuesto para esta actividad y más bien es a base de la improvisación.

Referente al proceso de reclutamiento y selección de personal, no utilizan canales externos, más bien es interno y por recomendación, la selección es a base de una entrevista donde llegan acuerdos de horarios y remuneración y finalmente el proceso de inducción, esta práctica se realiza enfocada a integrar al empleado a la empresa.

Respecto a la evaluación del desempeño frecuentemente lo ejecutan sin embargo no existen métodos ni se han fijado metas a cumplir, tampoco toman en cuenta las competencias del puesto, no existen indicadores de evaluación, lo que no se puede comparar los resultados con los esperados.

En relación a la formación y desarrollo de carrera. La mayor parte de los aspectos evaluados los resultados son más desfavorables es la capacitación, percibido como un proceso burocrático, que a futuro puede afectar el nivel salarial de los trabajadores y que no recoge todos los elementos presentes en el perfil del cargo versus perfil del colaborador, por lo que es preciso la formación, no obstante los administradores y a su vez propietarios de los hoteles no cuentan con presupuesto por lo tanto se capacita a un solo empleado que es el contador o recepcionista que lleva a cabo actividades de económicas una vez al año.

Las prácticas de gestión del recurso humano, se constituye en el fortalecimiento de las empresas con resultados efectivos, producto del compromiso y responsabilidad empresarial con el desarrollo local aportando a la economía siendo competitivos,

BIBLIOGRAFÍA

Alles, Martha. (2017). Desempeño por competencias. Estrategias, desarrollo de érspnas Evaluación de 360 grados. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Gránica S.A.

Alles, Martha. (2013). Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por competencias. Nueva edición. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Gránica S.A.

Armas Y, Llanos M, Traveso Paola. (2017)Gestión del Talento Humano y nuevos escenarios laborales.. Primera Edición, Editorial EOTEC. Samborondón. Ecuador.

Calzadilla, M. E. (2001). Aprendizaje Colaborativo y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Revista Iberoamericana de Educación, 2.

Chiavenato, Idalberto. (2002). Administración en los nuevos tiempos. Bogotá: Editorial McGraw-Hill.

Cuesta Santos, Armando. (2005). Tecnología de Gestión de Recursos Humanos. La Habana, Cuba: Editorial Academia.

Cuesta Santos, Armando. (2010). Gestión del talento Humano y del conocimiento. Bogotá. D.C: Editorial Ecoe Ediciones.

Echeverri Andrea, Lozada N y Arias José E. (2018) Incidencia de las Prácticas de Gestión del Conocimiento sobre la Creatividad Organizacional. Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Económicas, Depto. de Administración de Empresas, Medellín-Colombia.

Espín, J., Salazar, C., Jara, M., García, Y. (2016). Uso de las TIC para la gestión hotelera en el sector turístico de Pastaza. En Ventana Informática N°36. Manizales Colombia. p. 35-52. ISSN: 0123-9678.

González , S., González , M., & Ordaz, C. (2014). Principales habilidades y conociminetos del ingeniero en gestión empresarial solicitadas actualmente en el mercado laboral de León, Silao y San Francisco del Rincón, Guanajuato. *Jóvenes Investigadores*, 226-231.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernandez Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar (2010). Metodología de la investigación. 5 ed. México DF (México): McGraw-Hill. 613 p. + CD-ROM. ISBN: 978-607-15-0291-9.

Inventario Turístico turístico (2018). Del Gobierno Autonomo Descentralizado del cántón Quevedo.

Jimenez D. (2016) Manual de recursos humanos. España. Editorial ESIC.

Lorenzo Garcia, R. (2013). Talento Creatividad Empresa. La Habana, Cuba, Editorial Academia

Manjarrez Nelly, Fernández Lineth. (2014). Algunas consideraciones sobre el crecimiento y desarrollo económico, desde la perspectiva de sostenibilidad", en Revista Electrónica Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y de Economía Social (ISSN: 1988-2483), indexada DICE, LATINDEX e IDEAS-RePEC y alojada en http://www.eumed.net/rev/oidles/index.htm.

Manjarrez Nelly, Sablón Neyfe, Ortega Verónica, (2016). Gestión de recursos humanos: Un abordae teórico, en Revista Electrónica Observatorio Iberoamericano de la economía Latinoamericana (**ISSN: 1696-8352**), indexada EUMEDNET y alojada en http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/rrhh.html

Manjarrez Fuentes, Nelly Narcisa; Torres Navarrete, Alexandra; Boza Valle, Jhon Alejandro & Torres Lema, Ramiro (2016). Aplicación del procedimiento para el diagnóstico de la gestión de los recursos humanos en las hosterías de Pastaza [en línea]. En: Revista Amazónica Ciencia y Tecnología, Vol. 5, No. 1. Puyo (Pastaza, Ecuador): Universidad

Estatal Amazónica. p. 1-15. e-ISSN: 1390-5600 <http://revista.uea.edu.ec/images/Articulos/ ARTICULO_1_VOL_5_N_1.pdf>

Panizo M. Ferrara P. De Franca J.Viloria D. Márquez A. Ortíz L. (2019). Caracterización de la Gestión del Conocimiento en Organizaciones Orientadas a la Producción de Bienes y Servicios como área de investigación, Rev. Tekhné. Vol. 22 Núm 2(2019) https://revistaenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index,php/tekhne/index.

Pérez R. Pedraza M, Bermúdez Y. Sánchez. (2018). Cambios en la gestión de las pymes hoteleras de Bogotá: un reto en la gestión para su 1internacionalización. Revista. SIGNOS / ISSN: 2145-1389 / Vol. 10 / N.º 2 / 2018 / pp. 87-101file:///C:/Users/HP%20I7/Downloads/Dialnet-CambiosEnLaGestionDeLasPymesHotelerasDeBogota-6726343%20(1).pdf.

Organización Internacional del Trabajo. (2015). Conferencia Internacional del Trabajo, 104.ª reunión.

Ríos Ricardo G. (2014) El talento Humano en los sistemas de Gestión: Alineación del personal con la estrategia institucional. Colombia. Editorial ICONTEC.

Sanabria P. Rincon C. Cuellar P. Astudillo P. Rodas A. Estrada S. Gonzalez S. (2016). Guía de Implementación. De la Recomendación a la Acción: ¿Cómo Poner en Marcha un Modelo de Gestión Estratégica del Talento Humano en el Sector Público Colombiano? (Implementation Guide. From Recommendation to Action: How to Implement a Model of Strategic Management of Human Talent in the Colombian Public Sector?) (February 2016). Escuela de Gobierno Alberto Lleras Camargo Documentos de Trabajo No. 26. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2927038or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2927038

Salazar L., Carrasco T., Anchundia W., Carrillo J., Velasteguí E. (2018). La gestión por competencias una herramienta clave para el desarrollo en el sector empresarial. Revista electrónica Ciencia Digital 2(1), 19-31. Recuperado desde: http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/CienciaDigital/article/view/2/2

015. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PERIODO 2014-2018

Evolution of trade in automotive parts 2014-2018 period.

Autores:
Dominic Obregón Merchan Ing.
Mónica Larrea Paredes, Mgtr., Universidad Ecotec, Docente, mlarrea@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente estudio, analiza el comportamiento de las importaciones del sector automotriz y de autopartes esenciales y genéricas provenientes de diferentes países con los cuales las empresas comerciales mantienen nexos comerciales. Este trabajo analizó los datos estadísticos de importaciones de repuestos genéricos para uso vehicular, tales como bujías, sistemas de frenos y limpiaparabrisas, mismos que se seleccionaron por ser partes que requieren de un cambio permanente en todos los vehículos. Entre los principales elementos a observar es evidente que el comportamiento de las importaciones es diverso dependiendo del país de origen del producto, así como el crecimiento de las importaciones de países como China.

Palabras clave: repuestos, importaciones, sector automotriz.

Abstract
The present study analyzes the behavior of imports of the automotive sector and essential and generic auto parts from different countries with which commercial companies maintain commercial links. This work analyzed the statistical data of imports of generic spare parts for vehicular use, such as spark plugs, brake systems and windshield wipers, which were selected as being parts that require a permanent change in all vehicles. Among the main elements to observe, it is evident that the behavior of imports is diverse depending on the country of origin of the product, as well as the growth of imports from countries such as China.

Keywords: spare parts, imports, automotive sector.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el sector automotriz mundial, presenta una tendencia creciente y representa un papel importante en el desarrollo socioeconómico de los países. La industria está en auge y un mayor número de países se han sumado a la producción de automóviles, mientras que la alineación de fuerzas en el mercado automotor está cambiando constantemente. En los últimos diez años 2007- 2017, la industria automotriz tuvo un 25% de incremento en producción. Los automóviles son uno de los productos de exportación más importantes del mundo, superando los réditos del petróleo. La industria es también un agente principal de innovación, con la inversión de más de 84 mil millones de euros en investigación, desarrollo y producción.

El estudio presentado, en sus diversas secciones, analiza el desarrollo del sector automotriz y de autopartes, su participación en el PIB nacional, y el desempeño de las importaciones de autopartes en la composición actual del sector automotor del Ecuador, promedio de ventas por participación, por origen y otros temas relacionados. Cada una de estas secciones contribuye en el sector automotriz.

El sector automotriz ecuatoriano y sobre todo el sector importador y comercializador de autopartes se ha manifestado afectado durante la última década a causa de un conjunto de medidas arancelarias y comerciales que han mermado su crecimiento. Una de las principales dificultades fue la sistemática restricción y sobrecarga de tributos a la importación de vehículos y autopartes: cupos de importación, incremento de aranceles, sobretasas por salvaguardias, reglamentos técnicos intempestivos y cambiantes, registros de operadores, sistemas de homologación vehicular burocratizados, constituían elementos esenciales de la política automotriz.

Además de las restricciones directas al sector automotriz e importador, existen diversas variables macroeconómicas que tienen cierto impacto en los diversos sectores productivos y comerciales. El crecimiento de los créditos que entregan los bancos han venido creciendo a un ritmo mucho mayor al de los depósitos y esto no se puede mantener así indefinidamente, ocasionando un desequilibrio coyuntural en la dinámica financiera.

El segundo desequilibrio es más estructural: por el fortalecimiento del dólar y también como consecuencia de medidas de política interna que elevaron los costos de producción, el Ecuador ha perdido competitividad frente a sus socios comerciales, lo que ha restado dinamismo a las exportaciones medidas en volumen y, a su vez, ha impulsado a las importaciones. Esto, sin embargo, tampoco es sostenible, ya que, ante la ausencia de otras fuentes permanentes de divisas, el déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos está provocando una caída sostenida en las reservas internacionales del Banco Central, que solo se recuperan cuando el Gobierno consigue financiamiento en el exterior. (AEADE 2018).

Conforme han transcurrido los años y se ha modificado el contexto político del país y en general de la región, algunos países miembros de la OMC han disminuido las tarifas arancelarias aplicadas a las importaciones de determinadas mercancías. Sin embargo, esto ha motivado que los gobiernos busquen medidas alternativas con efectos similares,

recurriendo entonces a las medidas no arancelarias. Las tensiones que generan estas medidas de política comercial se basan en si realmente son legítimas, amparadas en objetivos de políticas públicas, o si el propósito esencial consiste en restringir los intercambios de bienes. (Revista Cubana de Economía Internacional 2015).

En Ecuador el cambio de política desde el Ejecutivo con la llegada de un nuevo gobierno ha impulsado o redireccionado las estrategias comerciales del país. Es destacable entre las principales modificaciones de política comercial y neo-asociaciones comerciales, el Acuerdo Comercial con la Unión Europea, que entró en vigencia en enero de 2017, el cual dio paso a la eliminación de los cupos de importación y a la reducción y posterior supresión de las salvaguardas, liberando también al sector automotriz de las restricciones cuantitativas a las autopartes (AEADE 2017).

El sector automotriz en Ecuador durante los años 2017 y 2018, ha tenido un desempeño positivo frente a años anteriores, estos años, fueron de recuperación económica nacional, lo que permitió la expansión del crédito y la dinamización de demanda de vehículos nuevos. La situación favorable por la que atraviesa el sector automotor encuentra también su explicación en el nuevo marco regulatorio comercial. De acuerdo a la información publicada por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, el sector automotriz se encuentra conformado por 4 ensambladoras, 92 firmas autopartistas, 1.271 empresas comercializadoras e importadoras, 81 empresas de carrocerías y 3.126 establecimientos de comercio automotor, de la misma manera genera más de 56.000 empleos al año en toda la cadena productiva y de comercio (AEADE 2018).
Mediante el presente estudio se analiza el sector automotriz identificando históricamente el volumen de importaciones en relación a sus socios comerciales, para lo cual se fundamenta metodológicamente en un enfoque de investigación cuantitativo, arista de indagación que a menudo utiliza lógica deductiva, en la que los investigadores comienzan con hipótesis y luego recopilan datos que pueden usarse para determinar si existe evidencia empírica para respaldar esa hipótesis (Donley, 2012).
Para efectos del presente estudio, este enfoque cuantitativo converge con la investigación exploratoria, la cual permite visualizar de forma generalizada la situación, manteniendo como objetivo el explorar/descubrir con la finalidad de exponer hechos, causas y consecuencias del objeto de estudio.

DESARROLLO

El comercio internacional tiene una rica historia que comienza con el reemplazo del sistema de trueque por el mercantilismo en los siglos XVI y XVII, mientras que en el siglo XVIII vio el cambio hacia el liberalismo. Fue en este período que Adam Smith, el padre de la economía, escribió el famoso libro "La riqueza de las naciones" en 1776, donde definió la importancia de la especialización en la producción y puso el comercio internacional bajo dicho alcance. David Ricardo desarrolló el principio de ventaja comparativa, que se mantiene vigente incluso hoy (Krugman et al, 2015).
Todos estos pensamientos y principios económicos han influido en las políticas comerciales internacionales de cada país. Aunque en los últimos siglos, los países han realizado varios pactos para avanzar hacia el libre comercio, donde los países no

imponen aranceles en términos de derechos de importación y permiten que el comercio de bienes y servicios se desarrolle libremente.

El comienzo del siglo XIX vio el movimiento hacia el profesionalismo, que se agotó hacia fines del siglo. Alrededor de 1913, los países del oeste dicen que se ha avanzado mucho hacia la libertad económica, donde se eliminaron las restricciones cuantitativas y se redujeron los derechos de aduana en todos los países. Todas las monedas se convertían libremente en oro, que era la moneda monetaria internacional de cambio. Establecer negocios en cualquier lugar y encontrar empleo fue fácil y se puede decir que el comercio fue realmente libre entre los países de este período (Krugman et al, 2015).

A lo largo de la historia económica varios los sucesos que han establecido hitos importantes en el desarrollo del comercio internacional, así la OMC se creó el 1 de enero de 1995 y tiene su sede central en Ginebra, Suiza. La Organización fue creada en las negociaciones de la Ronda Uruguay y está formada por 153 países miembros. Su directiva comprende un Director General y funciones con un personal de la secretaría de 637 jefes de la OMC (Feenstra, 2004).

La OMC funciona principalmente como el Foro para las negociaciones comerciales entre países. Sus funciones principales incluyen la administración de los acuerdos comerciales de la OMC, el manejo de disputas, el monitoreo de las políticas comerciales nacionales de los países miembros y la asistencia técnica a los países miembros. Considerada como una de las organizaciones internacionales más jóvenes, la OMC es considerada como una sucesora del acuerdo del GATT que surgió después del calor de la Segunda Guerra Mundial (Feenstra y Taylor, 2014).

Históricamente los tratados han sido los acuerdos que regían entre dos países. Después de la Segunda Guerra Mundial y la creación de la OMC y otras organizaciones han allanado el camino para más cooperaciones internacionales en el campo del entorno económico-político, con el resultado han surgido muchos grupos regionales, intrarregionales y mundiales que participan en los acuerdos comerciales internacionales.

La creación de La Unión Europea (UE) es uno de los eventos más importantes en la Historia de la civilización y del comercio internacional. La Unión Europea se formó por el Tratado de Masstricht en 1991 y sentó las bases para una unión económica y monetaria que incluyó la creación de una moneda única en todas las naciones miembros. La Asociación Europea de Libre Comercio se creó en 1960 con uno de los principales objetivos para establecer asociaciones multilaterales entre los países miembros para eliminar las barreras aduaneras y crear un mercado libre único en toda la Unión Europea (Feenstra y Taylor, 2014).

Algunas de las otras asociaciones y acuerdos que se han establecido son el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado por Canadá, México y los Estados Unidos en 1994 y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN).
No hay duda de que el comercio internacional ha abarcado civilizaciones, en la actual situación económica mundial, ningún país puede mantenerse alejado sin participar en

el comercio internacional. Los países se están alejando con cautela de las perspectivas capitalistas y proteccionistas y participan en el comercio con otros países.
Durante los últimos cinco años hasta 2018, se esperó que la industria mundial de fabricación de piezas y accesorios para automóviles se beneficie de la mejora de las condiciones económicas mundiales. Los niveles de ingreso per cápita han aumentado en todo el mundo y las crecientes clases medias de las economías emergentes han buscado comprar sus propios automóviles.

A medida que la demanda de automóviles nuevos ha aumentado, los fabricantes de equipos originales exigieron más componentes a los operadores de la industria. Además, el mercado de repuestos de autopartes ha ayudado a generar ingresos a medida que las edades promedio de los vehículos aumentaron. La demanda de este segmento tiende a aumentar con la cantidad de vehículos en uso; por lo tanto, a medida que más personas toman las carreteras, aumenta la demanda de piezas de repuesto (Crain Communications Inc, 2015).

En los últimos cinco años, la industria global de fabricación de piezas y accesorios para automóviles ha crecido un 4,4% hasta alcanzar ingresos de $ 2 billones en 2018. En el mismo período, la cantidad de empresas aumentó un 13,1% y la cantidad de empleados aumentó 5,5% (The World Factbook, 2019).

La industria global de fabricación de piezas y accesorios para automóviles se compone de electrónica, sistemas de dirección y suspensión, sistemas de frenos, sistemas de transmisión, productos para interiores, servicios de estampado de automóviles, sistemas de escape, airbag y hvac y otras partes:

- Electrónica
- Sistemas de dirección y suspensión.
- Sistemas de frenos
- Sistemas de transmision
- Productos de interior
- Servicios de estampado de metales de automóviles
- Sistemas de escape, airbag y climatización.
- Otras partes (The World Factbook, 2019).

Las ventas mundiales de exportaciones de autopartes por país totalizaron US $ 412,1 mil millones en 2018. En general, el valor de las exportaciones de autopartes aumentó en un promedio del 10,1% para todos los países exportadores desde 2014, cuando los envíos de autopartes se valoraron en $ 374,3 mil millones. Año tras año, el valor de las exportaciones mundiales de partes automotrices se aceleró en un 5.8% de 2017 a 2018 (Centro de Comercio Internacional, 2019).

Entre los continentes, los países europeos vendieron el mayor valor en dólares de las exportaciones de partes de automóviles durante 2018 con envíos valorados en $ 199 mil millones o el 48,3% del total mundial. El segundo lugar de Asia suministró el 29,3%, seguido por los envíos de América del Norte al 21%. Los porcentajes más pequeños pertenecen a América Latina (0,8%) excluyendo México, pero incluyen el Caribe, África

(0,3%) y Oceanía (0,2%) liderados por Australia (Centro de Comercio Internacional, 2019).

A continuación, se muestran los 15 proveedores que exportaron el valor más alto en dólares de piezas de automóviles durante 2018:

- Alemania: US $ 67.1 mil millones (16.3% del total de exportaciones de autopartes)
- Estados Unidos: $ 45.5 mil millones (11%)
- Japón: $ 35.9 mil millones (8.7%)
- China: $ 34.8 mil millones (8.5%)
- México: $ 29.7 mil millones (7.2%).
- Corea del Sur: $ 19.5 mil millones (4.7%)
- Francia: $ 15.7 mil millones (3.8%)
- República Checa: $ 15.3 mil millones (3.7%)
- Italia: $ 15.3 mil millones (3.7%)
- Polonia: $ 14.4 mil millones (3.5%)
- España: $ 11.7 mil millones (2.8%).
- Canadá: $ 11.4 mil millones (2.8%)
- Tailandia: $ 8.5 mil millones (2.1%)
- Rumania: $ 7.6 mil millones (1.9%)
- Reino Unido: $ 7.1 mil millones (1.7%) (Centro de Comercio Internacional, 2019).

Los 15 países enumerados enviaron el 82,4% de todas las exportaciones de autopartes en 2018 por valor. Entre los principales exportadores de autopartes de más rápido crecimiento desde 2014 fueron: Rumania (44.7%), Polonia (36%), México (30.3%) y Tailandia (25.4%). Dos países registraron disminuciones en sus ventas de autopartes exportadas, a saber, Corea del Sur (-19.7%) y Francia (-6.6%) (Clasificación mundial Forbes 2000, 2019).

Los siguientes países registraron las exportaciones netas positivas más altas para piezas de automóviles durante 2018. Las exportaciones netas son el valor de las exportaciones totales de un país menos el valor de sus importaciones totales. Por lo tanto, las estadísticas a continuación presentan el superávit entre el valor de las exportaciones de partes automotrices de cada país y sus compras de importación para ese mismo producto.

- Japón: US $ 27 mil millones (el superávit neto de exportaciones aumentó 8.8% desde 2014)
- Alemania: $ 23.3 mil millones (hasta 3.9%)
- Corea del Sur: $ 15.6 mil millones (-24.7%)
- Italia: $ 6.5 mil millones (abajo -14.2%)
- Polonia: $ 6 mil millones (hasta 46.3%)
- China: $ 5.5 mil millones (hasta 417.9%)
- República Checa: $ 4.2 mil millones (-8.1%)
- Rumania: $ 3 mil millones (hasta 36.3%)
- Taiwán: $ 2.6 mil millones (hasta 19%)
- México: $ 2.4 mil millones (revirtiendo un déficit de $ 101.1 millones)
- Tailandia: $ 1.6 mil millones (hasta 7.9%)

- Hungría: $ 1.3 mil millones (hasta 32,195%)
- Filipinas: $ 407.4 millones (bajó -61%)
- India: $ 320.5 millones (bajó -7.9%)
- Túnez: $ 232.7 millones (hasta 257.5%) (Clasificación mundial Forbes 2000, 2019).

Japón tiene el mayor superávit en el comercio internacional de piezas de automóviles. A su vez, este flujo de caja positivo confirma la fuerte ventaja competitiva de Japón para esta categoría de producto específica.
Los siguientes países registraron las exportaciones netas negativas más altas para piezas de automóviles durante 2018. Las estadísticas a continuación presentan el déficit entre el valor de las compras de importación de partes automotrices de cada país y sus exportaciones para ese mismo producto.

- Estados Unidos: -US $ 26 mil millones (el déficit neto de exportaciones aumentó 24.1% desde 2014)
- Reino Unido: - $ 10.1 mil millones (hasta 0.1%)
- Canadá: - $ 8,8 mil millones (bajó -7.3%)
- Rusia: - $ 8.4 mil millones (abajo -9.5%)
- España: - $ 6 mil millones (-33.5%)
- Eslovaquia: - $ 5.6 mil millones (hasta 70.4%)
- Brasil: - $ 3.7 mil millones (menos -19.8%)
- Países Bajos: - $ 2.9 mil millones (hasta 300.4%)
- Argentina: - $ 2.1 mil millones (hasta 2%)
- Francia: - $ 2 mil millones (invirtiendo un superávit de $ 3,6 mil millones)
- Finlandia: - $ 1.9 mil millones (hasta 118.7%)
- Bélgica: - $ 1.7 mil millones (-45.6%)
- Malasia: - $ 1.7 mil millones (hasta 12.5%)
- Emiratos Árabes Unidos: - $ 1.7 mil millones (hasta 47.6%)
- Indonesia: - $ 1.6 mil millones (hasta 25.2%) (Centro de Comercio Internacional, 2019).

Estados Unidos tiene el mayor déficit en el comercio internacional de autopartes. A su vez, este flujo de caja negativo confirma la fuerte desventaja competitiva de Estados Unidos para esta categoría específica de productos, pero también señala oportunidades para los países que suministran partes de automóviles que ayudan a satisfacer la poderosa demanda de los consumidores estadounidenses.
El suplemento Automotive News de Crain Communications Inc. clasifica a las siguientes empresas entre los fabricantes de partes automotrices más grandes del mundo. Estas empresas son conocidas como fabricantes de equipos originales, lo que significa que son subcontratistas de los creadores de vehículos originales. Se muestra entre paréntesis el país donde la empresa tiene su sede.

- Robert Bosch GmbH (Alemania)
- Magna International Inc (Canadá)
- Continental AG (Alemania)
- Denso Corp (Japón)
- Aisin Seiki Co (Japón)
- Hyundai Mobis (Corea del Sur)

- Faurecia (Francia)
- Johnson Controls Inc (Estados Unidos) (Clasificación mundial Forbes 2000, 2019).

Según la Organización Internacional de Constructores de Automóviles (OICA), en 2017, en el mundo, se fabricaron 73,4 millones de automóviles y 23,84 millones de camiones. Según los cálculos internacionales, la facturación anual promedio de la industria automovilística a nivel mundial es de más de 2,75 billones de euros, lo que corresponde al 3,65% del PIB mundial. En los últimos diez años (2007- 2017), la industria automotriz tuvo un 25% de incremento en producción. Los automóviles son uno de los productos de exportación más importantes del mundo, superando los réditos del petróleo. Por ejemplo, en 2016 las exportaciones mundiales de automóviles por país se estimaron en 698,2 mil millones de dólares americanos. La industria es también un agente principal de innovación, con la inversión de más de 84 mil millones de euros en investigación, desarrollo y producción. Entre las 2500 empresas líderes en inversión en I+D, dominan tres sectores principales: productos farmacéuticos y biotecnología, producción de equipos de procesos y la industria automotriz. Vale recalcar que el ingreso fiscal de los fabricantes de automóviles en 26 países industrializados es de más de 430 mil millones de euros al año.

Para identificar cómo se desarrolla el sector importador a nivel local es preciso hacer un análisis universal de las importaciones de los productos enlistados, esto es frenos, bujías y plumas, exponiendo los datos macroeconómicos esenciales de la participación de estos bienes en el comercio internacional mundial, y su cuota de participación en las importaciones ecuatorianas.

Acorde a datos provistos por Trade Map (2019) portal de estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, que recopila datos oficiales de las principales entidades gubernamentales de diversos países, y en congruencia con datos del Banco Central del Ecuador (2019) mediante su portal de Estadísticas de Comercio Exterior, los grupos de productos indagados en el presente caso de estudio (entiéndase aquellos relacionados con; sistemas de frenos, magnetos y demás artefactos de encendido, que incluye bujías, y aparatos eléctricos de alumbrado y señalización, que incluye limpiaparabrisas (plumas)), conforman parte del compendio de productos que pueden ser provistos por diversos países y que son importados por Ecuador.

A continuación, se detallan los principales ofertantes de estos productos durante el año 2018, de tal forma que se provean datos actualizados y una mejor comprensión del sector importador de estos productos en relación a sus principales socios comerciales y sus respectivos indicadores económicos de participación.

Tabla 1

Perspectivas macro de países proveedores para un producto importado por Ecuador (2018) – producto: “Sistema de Frenos”

FRENOS

Sistemas de Frenos provenientes de Colombia:	**Sistemas de Frenos provenientes de Estados Unidos de América:**	**Sistemas de Frenos provenientes de Alemania:**	**Sistemas de Frenos provenientes de Brasil:**	**Sistemas de Frenos provenientes de China:**
Participación de Colombia en las importaciones desde Ecuador: 89,58%	Participación de EEUU en las importaciones desde Ecuador: 0,31%	Participación de Alemania en las importaciones desde Ecuador: 0,17%	Participación de Brasil en las importaciones desde Ecuador: 7,07%	Participación de China en las importaciones desde Ecuador: 1,5%
Crecimiento anual de las exportaciones para Colombia: 2%	Crecimiento anual de las exportaciones para EEUU: 1%	Crecimiento anual de las exportaciones para Alemania: -4%	Crecimiento anual de las exportaciones para Brasil: -4%	Crecimiento anual de las exportaciones para China: 5%
Cuota de las exportaciones mundiales: 0,91%	Cuota de las exportaciones mundiales: 17,09%	Cuota de las exportaciones mundiales: 14,14%	Cuota de las exportaciones mundiales: 7,74%	Cuota de las exportaciones mundiales: 4,37%
Crecimiento de las exportaciones mundiales para Colombia > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Colombia	Crecimiento de las exportaciones mundiales para EEUU > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde EEUU	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Alemania > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Alemania	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Brasil > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Brasil	Crecimiento de las exportaciones mundiales para China > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde China

Fuente: Trade Map (2019)

Tabla 2

Perspectivas macro de países proveedores para un producto importado por Ecuador (2018) – producto: “Magnetos y productos relacionados, incluyendo Bujías”

BUJÍAS

Bujías provenientes de China:	**Bujías provenientes de Brasil:**	**Bujías provenientes de Japón:**	**Bujías provenientes de Estados Unidos de América:**	**Bujías provenientes de Alemania:**
Participación de China en las importaciones desde Ecuador: 24,94%	Participación de Brasil en las importaciones desde Ecuador: 18,48%	Participación de Japón en las importaciones desde Ecuador: 11,84%	Participación de EEUU en las importaciones desde Ecuador: 11,61%	Participación de Alemania en las importaciones desde Ecuador: 2,63%
Crecimiento anual de las exportaciones para China: 2%	Crecimiento anual de las exportaciones para Brasil: 9%	Crecimiento anual de las exportaciones para Japón: 0%	Crecimiento anual de las exportaciones para EEUU: 0%	Crecimiento anual de las exportaciones para Alemania: 0%
Cuota de las exportaciones mundiales: 10,86%	Cuota de las exportaciones mundiales: 0,97%	Cuota de las exportaciones mundiales: 17,01%	Cuota de las exportaciones mundiales: 11,46%	Cuota de las exportaciones mundiales: 9,96%
Crecimiento de las exportaciones mundiales para China < Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde China	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Brasil > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Brasil	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Japón > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Japón	Crecimiento de las exportaciones mundiales para EEUU > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde EEUU	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Alemania > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Alemania

Fuente: Trade Map (2019)

Tabla 3

Perspectivas macro de países proveedores para un producto importado por Ecuador (2018) – producto: “Aparatos eléctricos de alumbrado y señalización, incluyendo Limpiaparabrisas”

LIMPIAPARABRISAS

Limpiaparabrisas provenientes de China:	**Limpiaparabrisas provenientes de Taipei Chino:**	**Limpiaparabrisas provenientes de Colombia:**	**Limpiaparabrisas provenientes de Corea, República de:**	**Limpiaparabrisas provenientes de Japón:**
Participación de China en las importaciones desde Ecuador: 34,42%	Participación de Taipei Chino en las importaciones desde Ecuador: 25,25%	Participación de Colombia en las importaciones desde Ecuador: 6,86%	Participación de Corea, República de en las importaciones desde Ecuador: 6,52%	Participación de Japón en las importaciones desde Ecuador: 6,17%
Crecimiento anual de las exportaciones para China: 1%	Crecimiento anual de las exportaciones para Taipei Chino: 4%	Crecimiento anual de las exportaciones para Colombia: 2%	Crecimiento anual de las exportaciones para Corea, República de: 2%	Crecimiento anual de las exportaciones para Japón: 17%
Cuota de las exportaciones mundiales: 13,07%	Cuota de las exportaciones mundiales: 4,43%	Cuota de las exportaciones mundiales: 0,01%	Cuota de las exportaciones mundiales: 3,65%	Cuota de las exportaciones mundiales: 5,28%
Crecimiento de las exportaciones mundiales para China < Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde China	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Taipei Chino > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Taipei Chino	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Colombia < Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Colombia	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Corea, República de > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Corea, República de	Crecimiento de las exportaciones mundiales para Japón > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Japón

Fuente: Trade Map (2019)

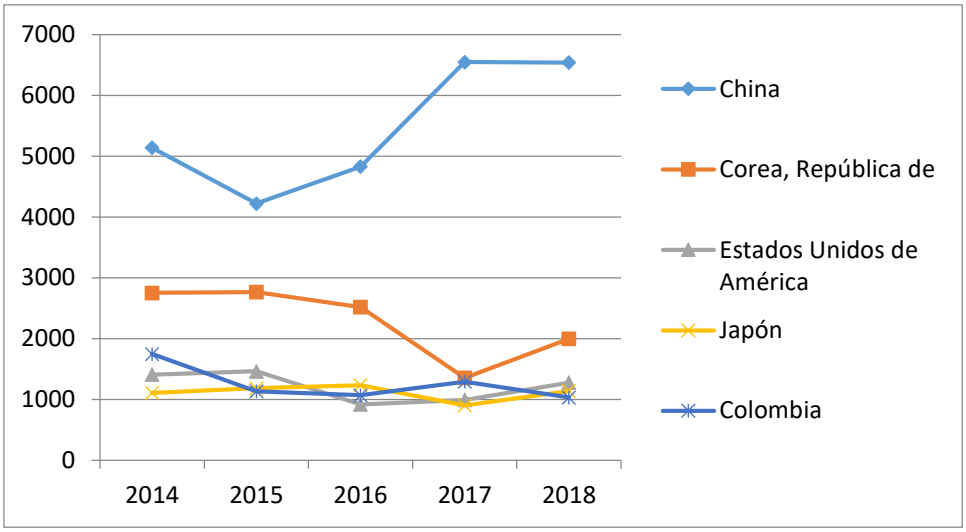
Los principales países proveedores de frenos y montos importados para el mercado ecuatoriano, durante el período 2014-2018, podemos observar que las empresas chinas tienen un crecimiento mayor frente a otros proveedores.

Tabla 14
Principales países proveedores de Frenos y montos importados por Ecuador

Exportadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
Mundo	15434	13999	13468	13621	14869
China	5140	4223	4830	6548	6540
Corea, República de	2754	2766	2518	1355	1997
Estados Unidos de América	1408	1464	918	994	1276
Japón	1109	1186	1236	903	1140
Colombia	1749	1134	1070	1294	1032
México	1217	1049	593	739	735
Brasil	337	307	330	276	381
Tailandia	512	585	942	178	342
Italia	291	263	352	299	307
Alemania	170	271	143	221	301
India	24	71	108	129	222
España	16	27	31	143	199
Canadá	330	285	163	83	98
República Checa	10	9	10	41	89
Francia	9	13	24	50	52
Perú	30	172	0	7	32
Argentina	0	0	0	0	30
Reino Unido	28	42	55	34	29
Rumania	2	7	25	8	14
Malasia	65	16	9	18	11
Panamá	0	0	2	8	7
Bélgica	5	0	2	82	6
Indonesia	0	1	4	1	6
Uruguay	1	0	3	7	6

* Miles de USD
Fuente: Trade Map (2019)

En la tabla anterior se detalla un listado de los principales 24 países proveedores de Frenos y servofrenos, así como sus partes, destinados a la industria de montaje importados por Ecuador, así como el total mundial que el país importa de este tipo de productos, durante el período de estudio 2014-2018. Destaca en este ranking los primeros cinco países proveedores del producto con partida arancelaria 8708301000, detallando su monto importado por Ecuador durante los últimos cinco años en la gráfica a continuación.



*Valor importado en miles de USD

Ilustración 7. Principales países proveedores de Frenos y montos importados por Ecuador

Fuente: Trade Map (2019)

La partida arancelaria ecuatoriana 8511109000, esto es Bujías de encendido, para motores de combustión: las demás, por lo que a continuación se presentan un listado de los principales países proveedores de tal producto para el mercado ecuatoriano, durante el período 2014-2018, en base a datos obtenidos por Trade Map (2019) y en congruencia con estadísticas del Banco Central del Ecuador (2019).

Tabla 15

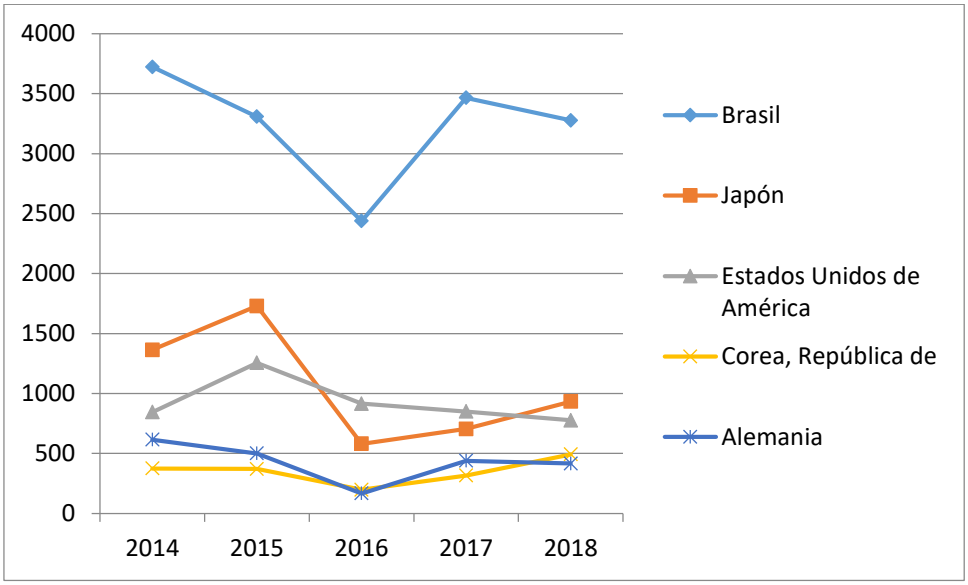
Principales países proveedores de Bujías y montos importados por Ecuador

Exportadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
Mundo	8268	8937	4973	6829	7256
Brasil	3723	3308	2438	3466	3278
Japón	1364	1729	580	704	933
Estados Unidos de América	845	1256	916	850	776
Corea, República de	375	371	197	316	493
Alemania	615	500	167	439	417
China	535	533	159	463	390
Rusia, Federación de	167	269	99	194	310
México	419	621	181	96	209
India	19	27	26	98	181
Indonesia	77	152	74	45	82
Austria	11	21	7	11	46
Francia	61	74	43	63	29
Panamá	23	9	0	1	28
Taipei Chino	1	4	5	11	15
Emiratos Árabes Unidos	4	9	0	6	14
Italia	2	3	1	45	13

Colombia	1	2	1	1	9
España	7	4	1	1	8
Singapur	2	14	6	3	8
Eslovenia	0	0	3	5	5
República Checa	0	4	19	2	3
Polonia	0	0	0	0	2
Portugal	1	0	0	0	1
Rumania		1	6	2	1

* Miles de USD
Fuente: Trade Map (2019)

En la tabla presentada se detalla un listado de los principales 24 países proveedores de Bujías de encendido, para motores de combustión (las demás) importadas por Ecuador, así como el total mundial que el país importa de este tipo de productos, durante el período de estudio 2014-2018. Destaca en este ranking los primeros cinco países proveedores del producto con partida arancelaria 8511109000, detallando su monto importado por Ecuador durante los últimos cinco años en la gráfica a continuación.



*Valor importado en miles de USD

Ilustración 8. Principales países proveedores de Bujías y montos importados por Ecuador
Fuente: Trade Map (2019)

En tanto que la partida arancelaria 8512901000, que incluye partes de luces o avisadores eléctricos (incluye limpiaparabrisas), enlistando los principales países proveedores de tal producto para el mercado ecuatoriano, durante el período 2014-2018, en base a datos obtenidos por Trade Map (2019) y en congruencia con estadísticas del Banco Central del Ecuador (2019).

Tabla 16

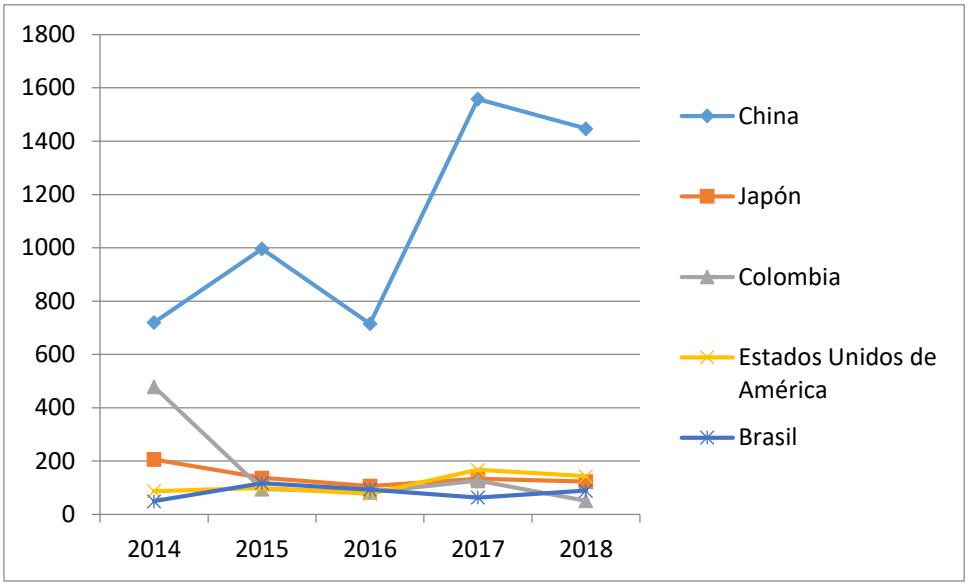
Principales países proveedores de Limpiaparabrisas y montos importados por Ecuador

Exportadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
Mundo	2076	1861	1273	2366	2212
China	720	996	715	1558	1447
Estados Unidos de América	87	99	77	167	143
Japón	206	137	106	134	123
Brasil	49	117	93	63	89
Corea, República de	51	89	47	56	81
México	34	37	29	48	58
Taipei Chino	46	38	38	48	53
Colombia	479	95	83	126	51
Serbia	0	0	0	5	51
Italia	1	2	1	3	25
Indonesia	0	0	2	35	17
Francia	18	10	14	20	14
Alemania	20	16	9	18	14
Hong Kong, China	82	56	33	43	10
Rumania	1	0	1	3	6
España	3	7	4	4	6
Malasia	5	0	3	2	5
Bélgica	2	3	3	4	3
India	16	57	5	10	3
Emiratos Árabes Unidos	0	0	0	0	2
Reino Unido	3	2	1	2	2
Tailandia	6	5	2	5	1
Turquía	0	2	1	0	1
Suecia	1	1	0	1	1

* Miles de USD

Fuente: Trade Map (2019)

En la tabla adjunta se enlistan los principales 24 países proveedores de Partes de luces o avisadores eléctricos (incluye limpiaparabrisas) importados por Ecuador, así como el total mundial que el país importa de este tipo de productos, durante el período de estudio 2014-2018. Destaca en este ranking los primeros cinco países proveedores del producto con partida arancelaria 8512901000, detallando su monto importado por Ecuador durante los últimos cinco años en la gráfica a continuación.



*Miles de USD

Ilustración 9. Principales países proveedores de Limpiaparabrisas y montos importados por Ecuador

Fuente: Trade Map (2019)

De acuerdo a las tablas e ilustraciones presentadas, se observa la diversidad de países proveedores y la tendencia de origen dependiendo de cada uno, así como el crecimiento de las importaciones.

CONCLUSIONES

El análisis de la evolución del comercio de repuestos automotrices permitió evidenciar que las importaciones, se orientan a la búsqueda socios comerciales (proveedores) alternos que sean favorables al largo plazo y que permitan obtener un mayor margen de rentabilidad, pero por sobre todo que sepan responder a la demanda del mercado repuestos.

La apertura comercial destaca la importancia del manejo de políticas comerciales que sean bilaterales; esta forma de integración es la aplicada mayormente a lo largo de Latinoamérica, donde predomina el Tratado de Libre Comercio (TLC) de China con Perú y Costa Rica, el TLC de Estados Unidos con Colombia y Perú, el TLC entre Chile y Panamá y demás acuerdos de países latinoamericanos con la Unión Europea, siendo ejemplos fehacientes de tal nivel de cooperación e integración comercial.

Por su parte, Ecuador apenas en el año 2014 comenzó negociaciones para firmar un Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, siendo de gran importancia para el país.

Dentro de América Latina, Ecuador no destaca por ser un país que mantenga una política comercial inclinada a la apertura, ni que se haya beneficiado por políticas comerciales bilaterales dado que no las ha empleado como herramienta para ser ventajosamente competitivo en comparación a sus países vecinos, como por ejemplo Colombia y Perú, naciones que se han desarrollado eficazmente, teniendo un creciente desarrollo y apertura comercial, alcanzando nuevos mercados (de importancia) y conquistando inversiones que para Ecuador no se materializan como sería lo ideal.

BIBLIOGRAFÍA

Beckman, J. (2017). Comercio internacional y deforestación: efectos políticos potenciales a través de un modelo económico global. [Washington, D.C.]: Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, Servicio de Investigación Económica.

Bernstein, W. J. (2008). Un espléndido intercambio: cómo el comercio dio forma al mundo. Primera edición. Nueva York: Atlantic Monthly Press.

Bossche, P. van den. (2005). La ley y política de la Organización Mundial de Comercio: textos, casos y materiales. Cambridge: Cambridge University Press.

Centro de Comercio Internacional. (2019). *Mapa de Comercio*.

Clasificación mundial Forbes 2000. (2019). *Las mayores empresas públicas del mundo*. Revista Forbes.

Connolly, M. B, y Swoboda, A. K. (2018). Comercio internacional y dinero. Milton: Routledge.

Crain Communications Inc. (15 de junio de 2015). *Principales proveedores*. Suplemento a Automotive News.

Crowther, D.; Lancaster, G. (2012). *Research Methods*. 2nd ed. Hoboken: Taylor and Francis.

De Pinto, M. (2013). Comercio internacional y desempleo: sobre la redistribución de las ganancias comerciales cuando las empresas importan. Berlín, Heidelberg: Springer Berlín Heidelberg.

Donley, A. M. (2012). *Research Methods*. New York: Infobase Publishing.

Farmer, K., & Schelnast, M. (2013). Crecimiento y comercio internacional: una introducción al enfoque de las generaciones superpuestas. Berlín, Heidelberg: Springer Berlín Heidelberg.

Feenstra, R. C. (2004). Comercio internacional avanzado: teoría y evidencia. Princeton, N.J .: Princeton University Press.

Feenstra, R. C, y Taylor, A. M. (2014). El comercio internacional. Tercera edicion. Nueva York: Worth Publishers.

Feenstra, R. C. (2016). Comercio internacional avanzado: teoría y evidencia. 2ª ed. Princeton: Princeton University Press.

Grau, D. (2014). Planificación de la sucesión para asesores financieros: construyendo un negocio perdurable. Hoboken, Nueva Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Hammond, M.; Wellington, J. (2012). *Research Methods*. Hoboken: Taylor and Francis.

Hammersley, M. (2011). *Methodology: who needs it?*. London: SAGE.

Helpman, E. (2011). Entendiendo el comercio global. Cumberland: Harvard University Press.

Hobson, J. A. (2013). Comercio internacional (Routledge Revivals): una aplicación de la teoría económica. Hoboken: Taylor y Francis.

Hurtado, Gisela; G. Cortes. (2015). *Iniciarse en la investigación académica*. Lima: Editorial UPC.

Krugman, P. R, Obstfeld, M., y Melitz, M. J. (2015). Economía internacional: teoría y política. 10ª edición. Boston: Pearson.

McLaren, J. (2013). Comercio internacional: análisis económico de la globalización y política. Hoboken, NJ: Wiley.

Meyer, F. (2017). Política comercial internacional. Milton: Grupo Taylor & Francis.

Poon, J. P. H., y Rigby, D. L. (2017). El comercio internacional: lo básico. Abingdon, Oxon: Routledge, una huella del Grupo Taylor & Francis.

Ridley, Matt. (22 de mayo de 2010). *Los seres humanos: por qué triunfaron*. Wall Street Journal Recuperado de http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703691804575453338693313 8.html el 15 de mayo del 2019.

Roy, M., y Sinha Roy, S. (2016). Comercio internacional y finanzas internacionales: Exploraciones de temas contemporáneos. Nueva Delhi: Springer India.

The World Factbook. (13 de mayo de 2019). *Listado de campo: Exportaciones - Productos básicos*. Agencia Central de Inteligencia.

Topik, S., y Pomeranz, K. (2014). El mundo que creó el comercio: sociedad, cultura y economía mundial, 1400 al presente. 3ª ed. Hoboken: Taylor y Francis.

016. EL PROCESO DE NOTIFICACIÓN DE TASAS DE MONITOREO Y SU IMPACTO EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA CORPORACIÓN PARA LA SEGURIDAD CIUDADANA DE GUAYAQUIL.

Autores:

Diana Ximena Cedeño León
Ingeniera en Administración de Empresas
diana.cedeno@cscg.gob.ec
diana_cedeno_l@hotmail.co

Elba Calderón Farfán,
Magister en Administración de Empresas
ecalderon@ecotec.edu.ec
Universidad Tecnológica Ecotec.

RESUMEN

En la actualidad las instituciones enfrentan innovaciones administrativas permanentes, es por esta razón que los procedimientos deben ajustarse y alinearse correctamente a los objetivos y necesidades de la organización. El objeto de estudio es el proceso de notificación de Tasa de Monitoreo de la Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayaquil y cómo impacta en los procesos administrativos para proponer un plan de acción para la mejora de los mismos.
El trabajo presenta un análisis documental sobre las bases teóricas relacionadas a los procesos de gestión y la Seguridad ciudadana, el alcance de la investigación es descriptivo debido a que se va a determinar variables que afectan la gestión de procesos empleados en la notificación de pagos de Tasa de Monitoreo, se utilizaron la técnicas de revisión documental, encuestas y entrevistas a las personas implicadas en el proceso, se analizan los resultados, el plan de acción a ejecutar, sus conclusiones.
PALABRAS CLAVES
CSCG, Gestión de procesos, Reingeniería de procesos, Tasas de Monitoreo, CVVC.

ABSTRACT
Currently, institutions face permanent administrative innovations, it is for this reason that the procedures must be adjusted and aligned correctly with the objectives and needs of the organization. The object of study is the process of notification of the Monitoring Rate of the Corporation for Citizen Security of Guayaquil and how it impacts administrative processes to propose an action plan to improve them.
The paper presents a documentary analysis on the theoretical bases related to management processes and citizen security, the scope of the research is descriptive because it is going to determine variables that affect the management of processes used in the notification of Rate payments Monitoring, the techniques of documentary review, surveys and interviews of the people involved in the process were used, the results are analyzed, the action plan to be executed, its conclusions.
KEY WORDS: CSCG, Process Management, Process Reengineering, Monitoring Rates, CVVC.

INTRODUCCIÓN

En la actual sociedad lo único permanente que existe son los cambios, por tanto las personas como las organizaciones deben estar preparadas o permanecen obsoletas, especialmente cuando se trata de modernización administrativa, que implica que las instituciones públicas o privadas se vean inmersas o se introduzcan a esas tendencias con el objeto de buscar la mayor eficiencia y eficacia dentro de sus operaciones y procesos con el fin de llegar a los resultados planificados en el menor tiempo y menor costo posible.

La Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayaquil (CSCG) es una corporación Municipal sin fines de lucro, encargada de coordinar políticas de seguridad ciudadana con las instituciones de primera respuesta de la ciudad de Guayaquil, con el fin de brindar ayuda a sus habitantes a través del sistema de video vigilancia "Ojos de Águila" encargada del monitoreo de cámaras ubicadas en puntos estratégicos de la ciudad.

El estatuto de la CSCG establece que a esta organización le corresponde realizar el despacho de emergencias, que se encuentra integrado al sistema de video vigilancia del Cantón Guayaquil que presta servicio las 24 horas, los 365 días al año, pudiendo realizar toda clase de actos y contratos para el cumplimiento de sus fines y contraer obligaciones lícitas vinculadas con su objeto social.

La Ordenanza que norma la Instalación Externa Obligatoria de Equipos e Infraestructura de Seguridad en Instituciones Públicas y Privadas del Cantón Guayaquil" tiene como objeto regular y controlar la instalación externa obligatoria de equipos e infraestructura de seguridad para mantener el orden para el beneficio de los habitantes y contribuir a la seguridad de las áreas en concurrencia de las personas; La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil (M.I. Municipalidad de Guayaquil) ejecutará la Ordenanza a través de la CSCG la cual la operará y contralará en su ámbito así como el cumplimiento de sus funciones administrativas.

Los procesos administrativos con que la CSCG cuenta en la actualidad, no son los adecuados por cuanto impiden generar la planificación pertinente para la ejecución y el cumplimiento de los objetivos planteados dentro de la organización y que las actividades se cumplan de manera equilibrada en los tiempos adecuados y así aumentar la capacidad de gestión.

Como consecuencia, se cuenta con una alta tasa de morosidad en la recaudación del tributo debido a que existe una estructura organizacional limitada, cuenta con solo dos personas implícitas en este proceso, uno de realizar servicio al cliente a las instituciones con reclamos o dudas, del ingreso de notificaciones ya sea por una nueva cámara integrada al sistema de video vigilancia de la CSCG o en su defecto por renovación semestral en un sistema informático lento y antiguo, posterior a eso; el envío de información por correo electrónico al departamento de Control Interno de la Dirección Financiera del Municipio de Guayaquil con el detalle de las instituciones notificadas con sus respectivos valores y ellos a su vez son quienes la imprimen para que el auxiliar de mensajería de CSCG se encargue de entregarlas a cada contribuyente.

Constantemente los contribuyentes cambian de domicilio y no lo notifican, la base de datos con la que se cuenta no está actualizada, no existe un plan de comunicación externa lo cual resulta inadecuada por lo que provoca molestias y resistencia en el pago de las notificaciones.

Las empresas que son notificadas deben acercarse a las ventanillas de la M.I. Municipalidad de Guayaquil a efectuar el pago, lo cual genera molestias y tiempo desperdiciado según éstos indican; con tales antecedentes es que esta Ordenanza también llamada proyecto de “Tasa de Monitoreo” no se mantiene en óptimas condiciones para dar un mejor servicio a los contribuyentes de la Ciudad de Guayaquil.

Por ende, las gestiones administrativas no se ajustan a los cambios estructurales administrativos que enfrenta la sociedad actual en general, la capacidad de respuesta es insuficiente para el nivel de operación que cada año va incrementando por renovaciones como integraciones de nuevas cámaras, este atraso en el proceso de recaudación del tributo provoca poca inversión en la compra de infraestructura y tecnología manteniendo la misma desde que el proyecto emprendió.

Ante lo expuesto, a través de este trabajo de investigación se analiza los procesos de notificación de las tasas de monitoreo y su impacto en los procesos administrativos de la Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayaquil para proponer un plan de acción para su mejoramiento.

DESARROLLO

Procesos

Para la Editorial Definición MX, (2015) un proceso es una secuencia de pasos con alguna lógica para lograr un resultado específico, mecanismos de comportamiento que se diseñan para mejorar la productividad y establecer un orden y evitar algún tipo de tardanza o inconveniente.

“Los procesos son un conjunto de acciones sistemáticas dirigidas al logro de un objetivo y que se transforman en elementos de entrada en resultado”. (Jurán, 2005) citado por (Guashpa, 2017, pág. 18); Según la Real Academia Española (2018) un proceso es un “Conjunto de fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial” y según Significados.com (2019) la palabra proceso que proviene del latín processus que significa desarrollo, progreso y avance, es un sustantivo que se refiere de un modo a la acción de ir hacia adelante.

Una vez revisados los conceptos anteriores sobre se puede determinar que los procesos son acciones sistemáticas y consecutivas con el fin de lograr el objetivo planteado con eficiencia, eficacia y productividad.

Gestión de procesos.

“Un proceso es un conjunto de actividades y recursos interrelacionados que transforman los elementos de entrada en elementos de salida aportando valor para el usuario” (Esan, 2016), hay que aprender a diferenciar entre procesos y procedimientos, el propósito de los procesos es de ofrecer a los usuarios un servicio cubra sus necesidades y satisfaga sus expectativas, el procedimiento específico de realizar un proceso.

Según Barrios, (2017) la gestión de procesos es utilizada por muchas organizaciones donde la calidad es indispensable en todas sus operaciones, conformadas por un conjunto de procedimientos alineados con la misión y visión de la institución. La adopción de un enfoque

de procesos tiene una implicancia práctica ya que una implementación eficaz en sus dimensiones y contextos para sumarle valor y aclarar espacios, aportando los conocimientos y aplicarse en distintos contextos de gestión y definir el enfoque correcto.

Rodríguez; Aplpuin, (2014) afirman que entre las características de la gestión del proceso constan:

- Incremental: no exige el abordaje de los problemas para notar resultados ya que los proyectos pueden ser pequeños y producir un gran impacto, es escoger el punto de apalancamiento a partir del cual extender la experiencia para el resto de la organización.
- Medible: basada en tecnologías para incorporar parámetros de medición desde que el inicia el proyecto y darle seguimiento a lo largo de la ejecución, permite hacer visible las mejoras del desempeño de la organización.
- Repetible: desde que se implementa permite desarrollar habilidades y competencias para luego aprovecharlas en la automatización y mejora de múltiples procesos de la empresa.
- Efectivo: las estructuras funcionales que caracterizan a la organización proporcionan un entorno efectivo para el logro de resultados.

Mapa de procesos.

Ubica cada proceso dentro del marco de la cadena de valor donde va a permitir el desarrollo de las actividades y relacionar el propósito de la organización con los procesos que lo gestionan sirviendo como herramienta de aprendizaje para el recurso humano implicado, así como tener una perspectiva diferente y global de los procesos que utilizan.

Según Gehisy, (2017) el mapa de gestión de procesos es una representación gráfica y global y no individual de una organización, se pueden clasificar en mapa de procesos convencional que usa una clasificación clásica dividida en estratégicos, operativos y de apoyo o soporte, en la distribución de los procesos los estratégicos se colocan en la parte superior del mapa, los de soporte en la inferior y los operativos en la del medio donde se representan la cadena de valor representación en fases.

A continuación, la distribución espacial de procesos:

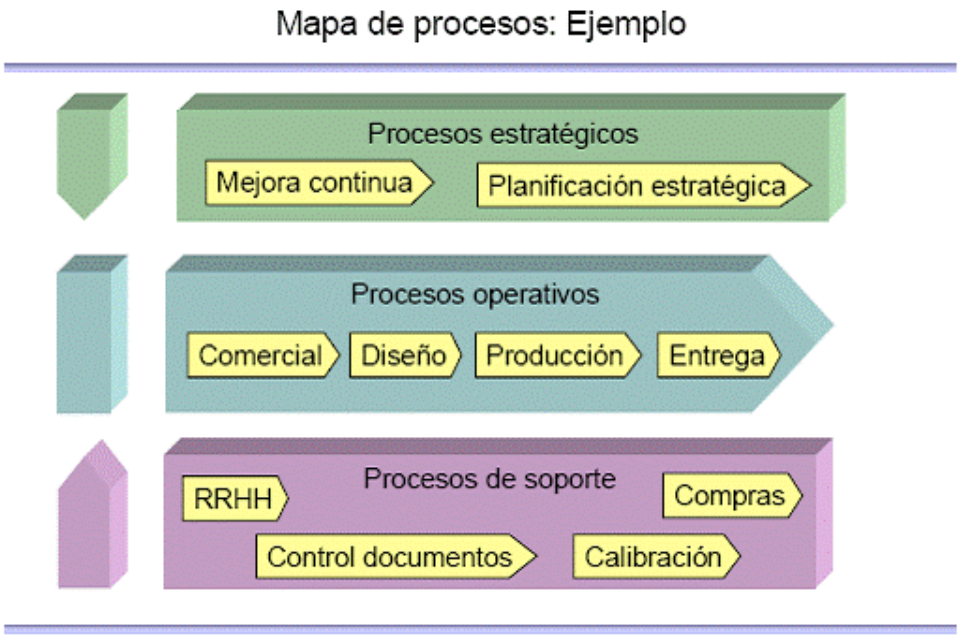


Figura 2: Mapa de procesos
Fuente: tomado de (Adm Gestión- Calidad , 2016)

Importancia en la gestión de procesos.
Para Conte, (2016) las empresas son tan eficientes como estructuran sus procesos, ya que reconoce que el trabajo dentro de una organización con el fin de lograr un objetivo y se logra una vez que los recursos y actividades relacionadas son gestionadas como un proceso.
Según Medina, (2005) Las estrategias de modernización para la mejora de productividad, accesibilidad, eficiencia, eficacia y calidad de la gestión pública, forman parte de una alta proporción del total de estrategias modernizadoras y la aproximación para poder gestionar sobre los procesos es un referente importante para lograrlos de manera exitosa, incluyen iniciativas de simplificación administrativa y racionalización de procesos, como por ejemplo la creación de ventanillas únicas orientadas a comprimir procesos obsoletos que congestionan el punto de encuentro entre los ciudadanos y la administración que asumen tiempo y costos de transacción.

El papel de la administración en la gestión del logro de resultados implica el desarrollo de indicadores y sistemas de información para medición del impacto de los proyectos y programas, la mejora de calidad del punto de relación con la administración, la ciudadanía, de bienes y/o servicios; la mejora en la gestión del talento humano, materiales y financieros en la profesionalización de los cuadros administrativos, información y automatización de sistemas en general y de gestión financiera, Medina, (2005).

Medición de impacto en los procesos administrativos.
Para Zabala, (2005) la medición debe planificarse como un sistema conformado por algunos factores para el logro de resultados como el factor humano, procedimientos, infraestructura, objetivos, metas e información todos con relación a los objetivos de la organización, a pesar de que todas poseen estos factores no todas las alinean dentro de un sistema planificado y coherente, no documentan sus procesos ni delimitan responsabilidades del personal y autoridades que intervienen en él, la medición debe ser planificada, ejecutada, evaluada y

mejorada, éstos datos deberían convertirse en información valiosa para el conocimiento, información benefactora y establecer prioridades para la organización.

Zabala, (2005) afirma que deben reunir los atributos de la pertinencia para tomar decisiones, precisión en medidas con repetición, oportunidad en el tiempo para la ejecución de acciones, confiabilidad en realizar nuevas mediciones y economía obteniendo medidas en el cálculo de indicadores costo beneficio, los indicadores para la medición se clasifican en de eficiencia, eficacia y productividad; los que miden el impacto son los de efectividad tal como lo detalla la tabla a continuación:

Tabla 17 ***Factores de medición de impacto en los procesos administrativos***

Eficiencia (recursos)	Eficacia (atributos)	Efectividad (impacto)
mano de obra	Calidad	rendimiento
materia prima	oportunidad	productividad
máquina y equipos	amabilidad	cobertura
Tiempos	confiabilidad	participación
Gastos		

Fuente: tomado de Zabala, (2005)

DISEÑO METODOLÓGICO

Enfoque de la investigación.

El enfoque de la investigación es mixta con preponderancia más cuantitativa que cualitativa, ya que a partir de la formulación del problema antes descrito se analiza el proceso administrativo que la CSCG está realizando actualmente para la emisión de las notificaciones y recaudación de valores por la tasa de monitoreo a las empresas públicas y privadas del Cantón Guayaquil integradas al sistema de video vigilancia.

El alcance de la investigación es descriptivo, debido a que se va a determinar variables que afectan al estudio de la gestión de procesos empleados dentro de la organización con el fin de verificar si se encuentran alineados con los objetivos finales de la CSCG; y correlacionales por el estudio de la relación entre las variables dependientes de los procesos administrativos empleados e independientes por la implementación de las mejoras en la gestión de procesos y conocer en qué medida afectan una a la otra.

El instrumento es el cuestionario, las técnicas de medición a usar son las encuestas dirigidas a 14 instituciones privadas del cantón Guayaquil notificadas las cuales constarán de ocho preguntas cerradas valoradas del 1 al 5 según la escala de Likert en donde 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 neutral, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo, para desarrollarlas se realizó un grupo focal (focus group) con el personal del departamento de sistema de calidad y planeación estratégica de la CSCG según las actividades relacionadas a los procesos administrativos de tasa de monitoreo, para averiguar si están correctamente delineados, serán calificadas sobre 5 puntos donde la menor nota será el indicador clave de mejora.

Las preguntas están desarrolladas según las actividades relacionadas con el proceso administrativo de Tasa de Monitoreo divididos por gestiones, a la gestión legal que cumplen con la Ordenanza que norma la Instalación Externa Obligatoria de Equipos e Infraestructura de Seguridad en Instituciones Públicas y Privadas del Cantón Guayaquil, a la gestión técnica de la instalación de la cámara de video vigilancia, y a las gestiones administrativas que la CSCG realiza para la emisión de las notificaciones.

Para este estudio no se va a utilizar las fórmulas finita e infinita ya que la muestra representativa está definida, las cuales son las 14 empresas que cuentan con un histórico de morosidad desde la creación de la Ordenanza esto es desde el 2013 con corte al 2018, y a los funcionarios de la CSCG involucrados en este proceso; no probabilística ya que no será divido en estratos como empresas públicas y privadas del Cantón Guayaquil sino como un todo, los detalles de los instrumentos constan en las tablas a continuación:

Otra técnica utilizada fue el análisis documental de las fuentes bibliográficas, que permitieron determinar la estructura de procesos administrativos de tasas de monitoreo utilizados por la CSCG en la emisión y entrega de notificaciones, como fueron los listados y documentos evidenciando el sistema que permitió la elaboración de diagramas de flujos de los dos procesos inmersos.

Análisis de resultados

Procesos administrativos utilizados por la CSCG : TASA DE MONITOREO

Puente, (2017) indica que las Corporaciones han ocupado un lugar importante en el dictado del derrotero económico, social y político de Estados, naciones y sociedades; enfrentaban mayores grados de institucionalidad, resultando una compleja tan legal como ilegitima amalgama de intereses públicos y privados.

Como aporte a la sociedad las corporaciones deben estar estructuradas por gestiones y procesos administrativos que constantemente se ajusten a los cambios organizacionales que día a día se dan en la sociedad y que generen un impacto positivo y así justificar la existencia de las mismas, la CSCG cuenta con dos procesos administrativos utilizados desde la creación de la Ordenanza de la Tasa de Monitoreo esto fue en el año 2013 y que se mantiene hasta la actualidad, el proceso externo previo, durante y después de la integración de la cámara de video vigilancia en las empresas públicas y privadas del Cantón Guayaquil y el proceso interno que implica el ingreso, entrega y control de las notificaciones realizadas por los funcionarios de la CSCG, los diagramas de flujos a continuación representan el detalle de los procedimientos que la corporación ha venido realizando.

Proceso externo para la notificación a las empresas públicas y privadas del Cantón Guayaquil.

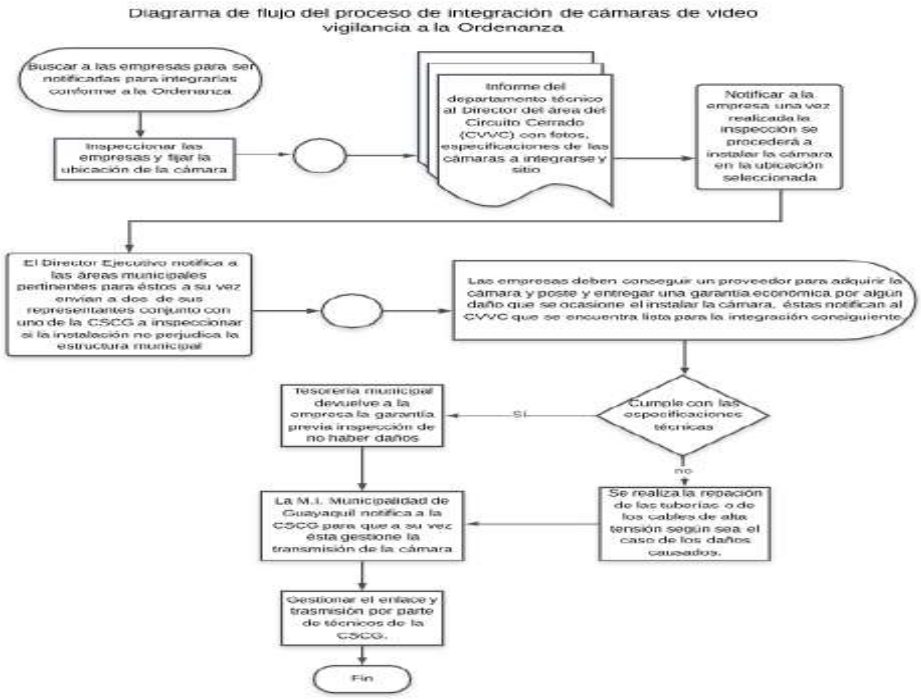


Figura 3: Diagrama de flujo del proceso de integración de cámaras de video vigilancia

Fuente: *datos tomados de la CSCG*
Elaborado por: *elaboración propia*

Proceso interno para la notificación de Tasas de monitoreo.

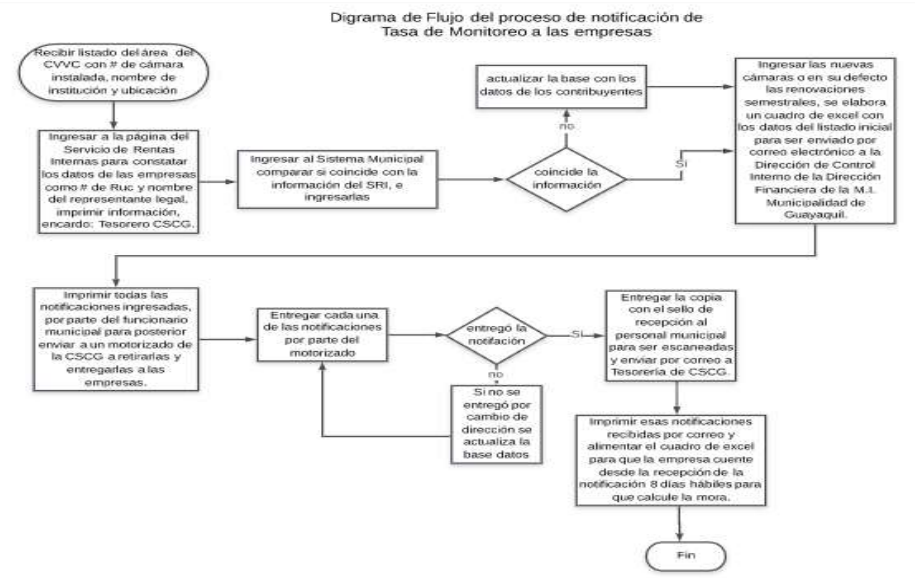


Figura 4: Diagrama de flujo del proceso para la notificación de Tasas de monitoreo

Fuente: *datos tomados de la CSCG*
Elaborado por: *elaboración propia*

Valores recaudados por Tasa de Monitoreo período 2013-2018.

Detalle de valores percibidos

El valor que la CSCG percibe por la integración o recaudación por renovación semestral de Tasa de monitoreo es de USD$ 1.854,84 a la actualidad pues cada año incrementa dependiendo del índice inflacionario del ejercicio económico anterior, éste ingreso es una de las fuentes de financiamiento de esta corporación que son utilizados para el pago del personal que monitorea las cámaras de video vigilancia dedicado exclusivamente a esta Ordenanza 365 días al año y 24 horas al día, a la inversión en la actualización de infraestructura tecnológica y mejora del sistema de seguridad para las instituciones públicas y privadas del Cantón Guayaquil integradas.

En tabla N° 4 se refleja el comparativo anual en dólares de los Estados Unidos de América de los valores por el total de empresas notificadas, los recaudados de aquellas que cumplieron con este tributo y los que se generaron por mora.

Tabla 18 V*alores generados por notificación, ingresos recibidos y valores por mora por la Tasa de Monitoreo período 2013-2018.*

Ingresos recibidos por el cobro de la Tasa de Monitoreo período 2013-2018			
Años	**Notificados**	**Recaudados**	**Mora**
2013	$ 475.349,16	$ 465.376,80	$ 9.972,36
2014	$ 1’391.156,10	$ 1’124.596,58	$ 266.559,52
2015	$ 1’755.423,36	$ 1’651.135,42	$ 104.287,94
2016	$ 2’173.327,20	$ 2’003.914,98	$ 169.412,22
2017	$ 2’612.002,32	$ 2’074.357,80	$ 537.644,52
2018	$ 2’316.024,72	$ 2’258.455,56	$ 57.569,16

Fuente: *datos tomados de la CSCG*
Elaborado por: *elaboración propia*

En la tabla N° 5 muestra la representación porcentual, variación entre un año y otro entre lo recaudado y lo adeudado desde la creación de la Ordenanza período de análisis comprendido en los años 2013 al 2018.

Tabla 19 ***Valores porcentuales por recaudación y mora, valores s por variación de recaudación y mora período 2013-2018.***

Valores porcentuales por recaudación y mora período 2013-2018				
Años	**Recaudación representación**	**variación**	**Mora representación**	**variación**
2013	98%	------	2%	------
2014	81%	142%	19%	2573%
2015	94%	47%	6%	-61%
2016	92%	21%	8%	62%
2017	79%	4%	21%	217%
2018	98%	9%	2%	-89%

Fuente: *datos tomados de la CSCG*
Elaborado por: *elaboración propia*

Como se puede observar, la recaudación a lo largo de estos años ha sido en un promedio del 90% y la mora en un 10%, dentro de la representación de la variación porcentual recaudativa del 2013 al 2014 refleja un 142% porque la base del contribuyente del año anterior es cero; al contrario, en los años 2015, 2016 y 2017 decrece por cuanto ya no hay tantos contribuyentes al que se le puede atribuir esta Tasa o que cumplan los requisitos previo que la CSCG requiere para ser notificados.

En relación con la variación porcentual de la mora resulta alarmante en el año 2017 con un incremento del 217% en relación al año 2016 debido al cambio de gobierno, las elecciones presidenciales contrajeron marcadamente la economía, el índice inflacionario fue del -0.20% lo cual limitó el consumo per cápita.

Por tal razón, la CSCG tomó acciones administrativas drásticas, una de ellas fue el apoyo de la Comisaría Municipal que es una división independiente de la Dirección de Justicia y Vigilancia donde notifican a las empresas con cartera vencida e inician el respectivo proceso coactivo, que implica el congelamiento de cuentas bancarias y débito de la totalidad de los valores adeudados o en su defecto la prohibición de enajenación de bienes que implica el embargo de los mismos.

Resultado de las encuestas realizadas

Los resultados sobre las encuestas realizadas a los 14 contribuyentes con reincidencia en morosidad a lo largo de este proyecto concluyen con diferentes resultados, divididos por gestión de acuerdo a cada actividad, la gestión legal, técnica y administrativas, todas tienen relación con el proceso administrativo de Tasas de monitoreo, todos estos a continuación:

Tabla 20 ***Resultados de las encuestas por gestiones CSCG.***

Gestiones por procesos	Preguntas	Totalmente en desacuerdo 1			En desacuerdo 2			Neutral 3			De acuerdo 4			Totalmente en desacuerdo 5			Ponderación	Tamaño de la muestra	Calificación
		fre.	puntuac.	ponderac.	fre.	puntuac.	ponderac.	fre.	puntuac.	ponderac.	fre.	puntuac.	ponderac.	fre.	puntuac.	ponderac.			
Gestión Legal	Pregunta 1	1	1	1	1	2	2	4	3	12	1	4	4	7	5	35	54	14	3,9
	Pregunta 6	9	1	9	5	2	10		3	0		4	0		5	0	19	14	1,4
Gestión Técnica	Pregunta 3	5	1	5	4	2	8	3	3	9	1	4	4	1	5	5	31	14	2,2
	Pregunta 2	3	1	3	7	2	14	1	3	3	3	4	12	0	5	0	32	14	2,3
	Pregunta 4	0	1	0	2	2	4	8	3	24	3	4	12	1	5	5	45	14	3,2
Gestión Administrativa	Pregunta 5	11	1	11	2	2	4	1	3	3	0	4	0	0	5	0	18	14	1,3
	Pregunta 7	0	1	0	1	2	2	10	3	30	3	4	12	0	5	0	44	14	3,1
	Pregunta 8	0	1	0	3	2	6	7	3	21	2	4	8	2	5	10	45	14	3,2

Fuente: *datos tomados de la CSCG*
Elaborado por: *elaboración propia*

Dentro de la gestión legal con una calificación de 1,4 sobre 5 considera su total desacuerdo en que el plazo de pago una vez recibida la notificación sea de 8 días hábiles.
En la gestión técnica con una calificación del 2,2 con relación especificaciones técnicas que la CSCG requiere que contenga una cámara de video vigilancia.

Dentro de la gestión administrativa con una calificación del 1,3 sobre 5 considera que el tiempo para la entrega de las notificaciones por renovaciones es inadecuado, es de cinco días hábiles antes de que se venza el servicio de video vigilancia semestral y con una puntuación de 2,3 calificaron que la CSCG no debería determinar una fecha límite para la adquisición de una cámara ya que por razones de liquidez desean que se lo haga con un mes de anticipación para poder cumplir con el pago del tributo.

Entre las calificaciones más bajas de las tres gestiones encuestadas se podría determinar que la puntuación del 1,3 representa a la mayoría de las instituciones con su inconformidad en el tiempo de la entrega de las notificaciones por renovación.

Plan de Acción

Según López, (2016) el plan de acción debe lograr alcanzar los fines establecidos por la organización, las estrategias a seguir, las acciones inmediatas para llevarlas a cabo, los recursos necesarios que éstos implican, sus elementos constan de: objetivo, estrategia, tiempo de ejecución, responsable y la medición del impacto mediante un indicador, éstos solo se concretan una vez planteados los objetivos y seleccionada la estrategia a seguir; por otra la estrategia es “Un proceso regulable, conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento” (Española, Real Academia, 2018).

A pesar de que el pago de este tributo es una imposición por Ley, la gestión administrativa debe alcanzar óptimos estándares de calidad para hacer del proceso administrativo de notificación y la percepción de los contribuyentes una experiencia positiva y así fortalecer la imagen institucional que influye incluso en la apreciación del servicio propio de seguridad ciudadana que la CSCG brinda a las empresas públicas y privadas dando cumplimiento a la Ordenanza de Tasa de Monitoreo.

En base a esto se van a realizar los mecanismos necesarios para el cumplimiento a cabalidad de los objetivos, resumidos en la siguiente tabla:

Tabla 21 Objetivos del plan de acción

Objetivo	Estrategia	Indicador de medición	Tiempo de ejecución	Responsable
Implementar un Acuerdo de nivel de servicio	mejora de procesos en áreas de gestión	n° de días en pagar mensual / 30 días del mes.	3 meses	Tesorera
Recuperar la cartera vencida	convenios de pago	valor total de la mora / valor recaudado al 2do. año.	12 meses	Director Administrativo Financiero
Automatizar los procesos	notificación o renovación Formas de pago recordatorios	n° de días en pagar mensual / 30 días del mes. n° de días en notificar / n° de días antes de implementación.	6 meses	Tesorera

Fuente: *elaboración propia*

Implementar un Acuerdo de Nivel de Servicio (ANS)

En la Gestión Técnica tener un mayor contacto con el contribuyente para darle a conocer por qué de las especificaciones técnicas requeridas para las cámaras de video vigilancia a integrarse al sistema del CVVC, conforme a la Ordenanza y medir los días que se toma en realizar el enlace del servicio de monitoreo de la CSCG para reducirlo al menor tiempo posible, el tiempo para ajustarse a esta nueva gestión es inmediata y no tendrá un costo extra a la remuneración del técnico.

En la Gestión administrativa enlazar información de las páginas gubernamentales de datos tales como nombre del representante legal, direcciones y demás datos generales de las empresas por medio de un convenio con la Dirección Nacional de registro de datos públicos (DINARDAP), para evitar la modificación de datos en el sistema mediante digitación que por el factor humano puede haber errores y disminuye el tiempo que toma emitir las notificaciones.

Reducir la cartera vencida

Efectuar un convenio de pago suscrito entre la CSCG y las empresas morosas con un plazo extendido hasta de máximo 12 meses siempre y cuando no haya una sentencia dictaminada por juicio coactivo caso contrario se procedería al levantamiento de las acciones legales en el caso de poseerlas.

Automatizar los procesos
Otra medida correctiva a este problema en el proceso administrativo de Tasas de Monitoreo es la formalización de directrices por parte del área administrativa involucrada (tesorería de la CSCG) para automatizar los procesos, con las siguientes estrategias:

Emisión de notificaciones por renovaciones automáticas: implementar una opción para que las notificaciones por renovación se realicen automáticamente con un mes de anticipación, que se alerte y recuerde que el servicio semestral está próximo a vencer y así poder ejercer un mejor control y seguimiento.

Envío de notificaciones electrónicas: que las notificaciones se envíen mediante correo electrónico a modo de facturación electrónica a los contribuyentes registrados responsables de las empresas su beneficio es sostenible porque evita el uso del papel, la disminución de vistos buenos, optimiza el tiempo de entrega de las mismas, el ahorro de combustible del motorizado y otros costos que implican la gestión. , adicional que se les recuerde el pago de las obligaciones por correo electrónico, mensajes de texto.

Formas de pago: que se genere un código único que facilite el pago de las notificaciones en los bancos mediante depósitos, transferencias bancarias, débito automático a las cuentas de las instituciones o mediante tarjetas de crédito para evitar filas en las ventanillas municipales.

CONCLUSIONES

Los procesos administrativos empleados dentro de la CSCG están estructurados por elementos, mapas de procesos, tipos, importancia, sus beneficios y la medición del impacto que genera el uso de gestión en los procesos administrativos, todo esto para tener una idea clara y la regeneración de los procesos que están actualizados a la velocidad que es requerida con el nivel de operación que se va incrementando y no resultan suficientes para obtener una repuesta inmediata e información en tiempo real.

A partir de las encuestas realizadas se concluye que la percepción de los contribuyentes hacia la gestión administrativa no es la ideal, dentro de la organización existen falencias y el impacto se ve reflejado en la recaudación efectiva del tributo por lo tanto se limita la actualización de estructura tecnológica, a partir de las entrevistas se concluye que la gestión interna no es diligente hay factores que no dependen de ninguna externalidad que dificulten su desarrollo.

Añadir el plan de acción propuesto que integre las gestiones legales, técnica y administrativa en las que se estableció la reingeniería de procesos a fin de mejorar las técnicas para la emisión de notificaciones, reducción de la cartera vencida.

Implementar un sistema de seguimiento de cobranzas median mensajes de correo, whatshapp, mensajes de texto que notifiquen continuamente a los clientes, sus valores pendientes y las diferentes opciones de pago.

BIBLIOGRAFÍA

Significados.com. (02 de 05 de 2019). Obtenido de https://www.significados.com/proceso/

Adm Gestión- Calidad . (03 de 09 de 2016). *Gestión por procesos*. Obtenido de http://gestion-calidad.com/gestion-procesos

Barrios, J. R. (2017). *Análisis y Rediseño del modelo de Gestión Financiera.* Manizales.

Bravo, J. (2011). *Gestión de procesos.* evolución .

Código Civil Ecuatoriano, Art. 564.

Código Orgánico de entidades de Seguridad Ciudadana (16 de 06 de 2017).

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD (19 de 10 de 2010).

Constitucion de la República del Ecuador (2018).

Conte, O. E. (2016). Aporte teóricos al análisis de la Gestión y mejora de procesos. *Blog Especialista Matemática*.

Convenio Interinstitucional celebrado entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayquil y la Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayquil (3 de enero de 2013).

Decreto Ejecutivo, 84 (Ministerio de Gobierno y Policía 30 de marzo de 2006).

Editorial Definición MX. (13 de 12 de 2015). Obtenido de https://definicion.mx/proceso-productivo/

Esan, C. (6 de 10 de 2016). *¿Qúe es el mapa de procesos de la organización?* Obtenido de https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-el-mapa-de-procesos-de-la-organizacion/

Española, Real Academia. (2018).

Fernandez, S. (2009). La era del Corporativismo . *Revista de Estudios Histórico- Jurídicos*, 28.

Fiel Web . (2012). *Evolución Jurídica.*

Gaceta Oficial , 30 (12 de abril de 2012).

Gehisy. (13 de 2 de 2017). *3 Herramientas para mapear procesos en ISO 9001: 2015.* Obtenido de https://aprendiendocalidadyadr.com/mapeo-de-procesos-iso-90012015/

Gonzalez, H. (2016). *Elaboración de mapas de procesos.* Calidad y Gestión.

Guashpa, E. (2017). *Diseño de un manual de procedimientos contables financieros para el Hotel Cisne 1 en la ciudad de Esmeraldas.* Esmeraldas.

Ley de Modernización del Estado. (31 de 12 de 1993). *Ley 50 Registro Oficial 349*. Ecuador.

Lizana, G. (2012). *Importancia de aplicar el Balanced Scorecard para mejorar la eficiencia de la gestion del sistema comercial en entidades prestadoras de agua y saneamiento.* Lima: Biblioteca Virtual. Recuperado el 08 de 07 de 2019, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1249/que-es-reingenieria.html

López, A. (2016). *Plan de Acción.* Venezuela.

Maldonado, J. A. (2011). *Gestión de procesos.*

Mallar, M. (2010). La Gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente. *"Visón de Futuro"*.

Medina, A. (2005). *Gestión por procesos y creación de valor público.* Santo Domingo.

Moreira Delgado, M. (2006). Las gestión de procesos en las instituciones de información. *Acimed* .

Puente, J. (2017). *The Power of Corporate Networks.* Santiago: Historia.

Rodríguez; Aplpuin. (2014). La Gestión por Procesos en las Organizaciones. *Deloitte S.C.*, 9-11.

Tic. portal. (13 de 06 de 2018). Obtenido de https://www.ticportal.es/glosario-tic/acuerdo-nivel-servicio-ans

Zabala, W. (2005). *Gestión y auditoría de la calidad para organizaciones públicas.* Antioquia: Universidad de Antioquia.

017. EMPRENDIMIENTOS PRODUCTIVOS ANCESTRALES E INNOVADORES. CASO: ALFARERIA DE JATUNPAMBA

ANCESTRAL AND INNOVATIVE PRODUCTIVE VENTURES. CASE: POTTERY OF JATUMPAMBA

Autores:

Juan Bautista Solis Muñoz, jbsolizm@ucacue.edu.ec. Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues- Ecuador, Ingeniero Empresarial, Magíster, Docente responsable de Investigación de la Unidad Académica de Administración.

Florencio Iván García Alvarez, figarciaa@ucacue.edu.ec, Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues- Ecuador, Ingeniero Comercial, Magíster, Coordinador del Centro de Investigación de la Sede.

Mercedes Lucía Neira Neira, mlneiran@ucacue.edu.ec; Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues- Ecuador, Doctora en Jurisprudencia, Magíster. Docente Investigadora.

Tania Maricela Villarreal Chérrez; tmvillarrealc@ucacue.edu.ec; Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues- Ecuador, Ingeniero Empresarial, Magíster. Docente Investigador.

Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues, Unidad Académica de Administración, Carreras de: Ingeniería Empresarial e Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, Dirección de Investigación y Vinculación con la Comunidad, Av. Ernesto Che Guevara y 16 de Abril, Código Postal: 030102, Azogues, Ecuador

RESUMEN

La alfarería de Jatumpamba, situada en la Región Austral de Ecuador, constituye un emprendimiento productivo ancestral e innovador con evidentes tensiones alrededor de la sostenibilidad de los eslabones de la cadena de valor y la sustentabilidad de la técnica de modelado y golpeado de objetos cerámicos como: ollas, vasijas, cántaros, figuras decorativas. Las comunidades objeto de estudio son: Jatumpamba, Pacchapamba, Olleros y Chico Ingapirca, caracterizadas por las minas de arcilla, arena y quina, materias primas básicas para la confección de los productos alfareros. El estudio se extiende a 16 mujeres y 1 hombre únicos poseedores de la técnica ancestral y que se encuentran en una edad promedio de 57 años. Se encontró que la población joven no tiene interés de aprender la técnica de alfarería milenaria por considerar una actividad sacrificada y de poca rentabilidad. En efecto, el costo de producción de una olla de barro es de 5,68 dólares americanos y en el mejor escenario, el precio de venta al público es de 7,00 dólares americanos. Se concluye sobre la necesidad de preservar la técnica que es única en la Región Sur, implementando la escuela de cerámica ancestral y la innovación del producto y de la gestión del emprendimiento.

Palabras Clave: Emprendimiento, innovación, transferencia del conocimiento, asociatividad, alfarería de Jatumpamba.

ABSTRACT

The pottery of Jatumpamba, located in the Southern Region of Ecuador, constitutes an ancestral and innovative productive enterprise with evident tensions around the sustainability of the links in the value chain and the sustainability of the technique of modeling and striking ceramic objects such as: pots, pots, jugs, decorative figures. The communities under study are: Jatumpamba, Pacchapamba, Olleros and Chico Ingapirca, characterized by the mines of clay, sand and quina basic raw materials for the production of pottery products. The study extends to 16 women and 1 man only possessors of the ancestral technique and who are at an average age of 57 years. It was found that the young population has no interest in learning the technique of ancient pottery because it considers a slaughtered activity and of low profitability. Indeed, the cost of producing a clay pot is US $ 5.68 and in the best scenario, the retail price is US $ 7.00. It concludes on the need to preserve the technique that is unique in the South Region, implementing the school of ancestral ceramics and the innovation of the product and the management of the enterprise.

Key Word: Entrepreneurship, innovation, knowledge transfer, associativity, pottery of Jatumpamba.

INTRODUCCIÓN

Volver la mirada a la comunidad donde radica el conocimiento ancestral para tomar el pulso a las tensiones que inmovilizan su desarrollo sostenido desde una apuesta convergente del conocimiento científico, inaplazable desafío de la academia y sus funciones sustantivas de docencia, investigación y vinculación con la sociedad. En esta línea de pertinencia y prospectiva, se encuentra la alfarería de Jatumpamba, ubicada en la parroquia rural de San Miguel de Porotos, cantón Azogues, en la provincia del Cañar, que configura un caso de estudio, dada la amenaza de extinción de la técnica milenaria de modelado y golpeado. El propósito general del estudio es caracterizar los factores que inciden en la cadena de valor artesanal de la cerámica ancestral de Jatumpamba.

En este sentido, la Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 387, garantiza a la sociedad el acceso al conocimiento y promueve el diálogo entre el conocimiento ancestral y el científico dentro del marco de los objetivos del régimen de desarrollo y el Buen Vivir: "Será responsabilidad del Estado facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento (…) promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, potenciar los conocimientos tradicionales (…) y el rescate de los conocimientos ancestrales…" (p. 174).

El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (2016) desarrolla la normativa aplicada a los saberes ancestrales y la sostenibilidad de la tecnología basada en el diálogo de saberes. En esta lógica, el artículo 598 del Código Ingenios, establece los canales para el fomento y promoción de la economía social de los conocimientos, la creatividad y la innovación:

> El Estado ecuatoriano incentivará financiera, tributaria y administrativamente a los actores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, a fin de fomentar las actividades dirigidas al desarrollo de la producción de los conocimientos, la creatividad y la innovación social de una manera democrática, colaborativa y solidaria (p.95).

En efecto, el Plan Nacional para el Buen Vivir, Senplades (2017) dentro de los objetivos nacionales para el desarrollo, establece en el "Eje 2: Economía al servicio de la sociedad, el objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria" (p.20). Bajo este paraguas, la Agenda Zonal para el Buen Vivir, Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial, Senplades (2010) en las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago, que configuran la llamada Zona de Planificación 6, identifica las potencialidades como fortalezas y oportunidades productivas- territoriales: "Diversidad cultural que permite aplicar los saberes ancestrales a la producción (…) y a las formas de vida en general. Tradición y vocación artesanal basada en las habilidades de sus habitantes y en la riqueza cultural para la producción de bienes de consumo y el turismo" (pp. 68-69).

En la línea de construcción sistémica, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Cañar Actualizado (2015) establece los objetivos de planificación del territorio en lo más relevante y pertinente al emprendimiento y el desarrollo sostenible:

> *Reconvertir económicamente el territorio rural de acuerdo a la capacidad de acogida laboral que deriva de las categorías de ordenación identificadas como escenario*

óptimo- ecológico (…) Generar un crecimiento competitivo (…) generador de empleo equitativo y responsable del uso racional de sus recursos, con base en un desarrollo sustentable" (p. 8).

Para ello, se identifica la actividad ancestral de alfarería en la parroquia de San Miguel de Porotos, en la comunidad de Jatumpamba, dentro de la categoría cultural con jerarquía dos y se precisa: "En esta zona conservan una tecnología milenaria en la producción de la cerámica que se evidencia en formas y diseños ancestrales, empleando la técnica artesanal de los golpeadores o huactanas de barro cocido. Técnica empleada por los cañaris muchos antes que los incas ocupasen estos territorios" (p. 630).

El Plan Actualizado de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Miguel (2015), caracteriza a la parroquia rural de San Miguel de Porotos perteneciente al cantón Azogues, provincia del Cañar, en el Sur del Ecuador. Cuenta con una superficie de dos mil 777 punto 53 hectáreas, con una altitud de dos mil 360 metros sobre el nivel de mar en su punto más bajo y tres mil 180 metros sobre el nivel del mar, en su punto más alto. Tiene una población de tres mil 567 habitantes. El 7.01% es población urbana, ubicada en la cabecera parroquial; y, el 92.99% corresponde a la ruralidad. El 45.22% de la composición poblacional son hombres; y, el 54,78% son mujeres. La actividad artesanal de la alfarería se destaca en su vocación económica y productiva, concentrándose en las comunidades de Jatumpamba, Pacchapamba y Olleros.

DESARROLLO

Reflexiones teóricas alrededor del emprendimiento

El emprendimiento se lo puede definir como el resultado de la aplicación de un plan, programa, proyecto y actividad que trata de alcanzar una finalidad económica, política o social, situado en escenarios amplios donde el riesgo y la incertidumbre están siempre presentes (Formichella, 2004). Por derivación, se encuentra la definición de actividad emprendedora que es la interacción dedicada y discontinua de nuevas formas de hacer las cosas, que se generan interna y externamente en las organizaciones, sin que importe la locación y que lleva en sí un importante componente de creatividad para desarrollar nuevas oportunidades de negocio.

El economista austriaco y neoclásico Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) refiere por vez primera la acepción emprendimiento (entrepreneur) con el propósito de individualizar aquellas personas que realizan actividades de emprendimiento y empresariado, generando escenarios de inestabilidad en la oferta y demanda de bienes y servicios (Castillo, 1999). En efecto, existe una corriente de pensamiento que considera el emprendimiento como la estrategia idónea de productividad y competitividad de los mercados de bienes y servicios.

El emprendimiento se ha desarrollado en una línea de tiempo dinámica con variables y dimensiones hasta convertirse en una disciplina transversal de la ciencia. En opinión de Serrano, Pérez, Palma y López (2016) se observa a más del corporativo el desarrollo del emprendimiento en el ámbito institucional y comunitario, con un profundo énfasis en los individuos y el macro entorno, sobre todo, las oportunidades del medio ambiente. La

transversalización del emprendimiento, implica nuevas reflexiones acerca del conocimiento adquirido, su transferencia sostenida y el afianzamiento de la tecnología en el tiempo.

Ahora bien, según un estudio en el contexto del buen vivir y la descolonialidad, propuesto por Martínez (2014) la creación de la carrera de Emprendimientos en Economías Solidarias, siendo pionera México en la locación de Querétaro constituye una puerta de entrada al campesinado para la generación de soluciones a las tensiones más relevantes de la comunidad, implementando además incubadoras que son gestionadas por los estudiantes nativos con proyectos productivos con identidad territorial que garanticen el desarrollo sustentable y sostenible de los emprendimientos con beneficios recíprocos entre los centros educativos y la comunidad mediante la recuperación de la oferta y demanda de los pueblos ancestrales, en la medida en que el comercio, el precio y los alimentos estén en equilibrio con la naturaleza y representen valores de intercambio con equidad.

Por lo visto, el emprendimiento ya sea que provenga del diálogo de saberes, del conocimiento ancestral o del conocimiento científico se ve afectado por la innovación del producto y de la gestión empresarial, la transferencia del conocimiento y el modelo de asociatividad. Estas últimas como variables predictoras que condicionan el desarrollo de los pequeños y medianos emprendimientos productivos.

Aproximaciones teóricas sobre la innovación del producto y de la gestión empresarial

Otra variable en discusión teórica es la innovación del producto y de la gestión empresarial. Desde la mirada de Zambrano, Almeida, Rodríguez, Vargas y Silva (2019) la innovación disruptiva se plantea como una estrategia de inclusión al emprendimiento social con base en la teoría fundamentada. Desde el pensamiento de Schumpeter (1934) la innovación disruptiva es la “destrucción creativa” que tiene como propósito la creación de un nuevo producto. De este modo, la innovación radical implica un encuadre disruptivo que desarrolla soluciones creativas y simples a los problemas sociales que se presentan a toda escala en la vida cotidiana. Ahora bien, la innovación desde la línea clásica, implicaría al menos cinco casos a describir:

> La introducción en el mercado de nuevo bien, es decir, un bien con el cual los consumidores aún no están familiarizados, o de una nueva clase de bienes. La introducción de un nuevo método de producción (…) un método aún no experimentado en la rama de la industria afectada, que requiere fundamentarse en un nuevo descubrimiento científico. La apertura de un nuevo mercado en un país, tanto si el mercado ya existía en otro país, como si no existía. La conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas o de productos semielaborados, nuevamente sin tener en cuenta si esta fuente ya existe, o bien ha de ser creada de nuevo. La implantación de una nueva estructura en un mercado, como por ejemplo, la creación de una posición de monopolio (Cilleruelo, Sánchez y Etxebarria, 2008, p. 2).

El Manual de Oslo (2018) define a la innovación como el significado de una actividad o la consecuencia de una actividad, es decir la innovación implica el producto y la gestión empresarial, en esta última categoría se desglosa la innovación de los eslabones de la cadena de valor productivo, lo que determina la existencia de una implicación directa entre innovación y emprendimiento. Así, un estudio en el contexto de las regiones de México realizado por Sánchez, García y Mendoza (2015) muestra que las regiones con mayores posibilidades de innovación son las que más portafolios de emprendimientos ostentan.

La transferencia del conocimiento como variable mediadora entre el emprendimiento y la innovación

Ahora bien, la variable a ser estudiada entre la innovación y el emprendimiento como mediadora es la transferencia del conocimiento. En opinión de Alexander (2006) la transferencia del conocimiento implica la transposición y el uso de los conocimientos adquiridos en un proceso anterior a un proceso nuevo. La transferencia del conocimiento exige niveles flexibles y consistentes en la elaboración colaborativa del conocimiento. El requisito indispensable para que surta efecto la transferencia del conocimiento desde los hombros de Bransford, Brown y Cocking (2003) que se garantice un nivel cognitivo de inicio significativo.

En efecto, un estudio en el contexto colombiano admite que la comunidad es el beneficiario primario y natural del conocimiento, siendo la contratación pública un canal de transferencia del conocimiento que incide en la innovación social. Entonces, desde los hallazgos de Arias y Aristizábal (2011), la orientación de la transferencia tiene que responder a los problemas identificados en el contexto y los fundamentos éticos de una comunidad con el propósito de mejorar el nivel de vida de la población creando oportunidades y retornos económicos.

Ahora bien, es necesario crear las capacidades de absorción del conocimiento en todos los ambientes sean estos ancestrales o no. De acuerdo con un estudio atribuido a Olea-Miranda, Contreras y Barceló- Valenzuela (20016) la generación de condiciones y actitudes de absorción del conocimiento generan por sí ventajas competitivas, que fomentan, enriquecen y potencian los pequeños y medianos emprendimientos, robusteciendo las fortalezas de acceso a las cadenas globales de valor, donde solamente se compite en condiciones estratégicas y defensivas a las asimetrías. Lo dicho toma fundamento en los enfoques teóricos de los sistemas de innovación y el de las cadenas de valor.

Aportes teóricos sobre el modelo de asociatividad

Lo que antecede, requiere el desarrollo teórico de la variable asociatividad. Considerada por Llendo y Martínez (2001) como una alternativa para el desarrollo y crecimiento de los pequeños y medianos emprendimientos, se define como una herramienta o mecanismo colaborativo que se basa en la creación de valor mediante la solución de problemas comunes. Se trata de unir los esfuerzos, recursos y capacidades que permitan enfrentar la penetración en mercados densos y el acceso en igualdad de condiciones a los sistemas de información del planeta, con fines de negocios.

En efecto, un estudio sobre asociatividad empresarial en el contexto venezolano, desde el esfuerzo académico de Narváez, Fernández, Gutiérrez, Revilla y Pérez (2009) da cuenta de la identificación de elementos atribuidos a la elaboración de un patrón de asociatividad empresarial con el fin de fortalecer a los pequeños y medianos emprendimientos locales. El aporte del estudio promueve la conformación de redes de emprendimientos competitivas, debidamente articuladas con base en la cooperación, confianzas y alianzas estratégicas que posibiliten enfrentar con éxito los desafíos que imponen las mega- tendencias y las redes de negocios de las cadenas globales.

Materiales y Métodos

La presente investigación se inserta en los paradigmas: interpretativo y positivista. El enfoque es cuali- cuantitativo. El tipo de investigación es exploratorio y descriptivo. El objeto de estudio: la alfarería de Jatumpamba a partir de la creciente amenaza de extinción de la técnica ancestral del modelado y golpeado. La población: 17 alfareros de las comunidades de Jatumpamba, Pacchapamba, Olleros y Chico Ingapirca. El método de estudio es el etnográfico- científico. Las técnicas utilizadas son: sistematización teórica, observación de campo, y entrevista estructura. Los instrumentos de recogida de datos: Fichas nemotécnicas, fichas de observación, batería de preguntas.

A partir de los hallazgos relevantes se producen inferencias analíticas y se sintetizan las posiciones teóricas. Se aplica el estudio de las evidencias empíricas obtenidas en el contacto mediante intervención de campo en las comunidades de Jatumpamba, Pacchapamba, Olleros y Chico Ingapirca en la parroquia San Miguel de Porotos. El estudio implica comparaciones con evidencias cerámicas de la región austral, a partir de la revisión sistemática de la literatura y las visitas de campo. Para determinar promedios y cálculos porcentuales.

RESULTADOS

Variable Emprendimiento

En el caso de la alfarería de Jatumpamba, conocida así tradicionalmente, está ubicada en la parroquia rural de San Miguel de Porotos. El anejo de Pacchapamba, muy cercano a Jatumpamba, congrega a la mayor cantidad de alfareros. Siendo también las comunidades de Olleros, denominado actualmente San Juan Bosco y Chico Ingapirca, en menor escala los asientos territoriales de las personas que se dedican a la actividad de la alfarería (Sjoman, 1992). El caserío de Pacchapamba está situado a dos mil 900 metros de altura sobre el nivel del mar y registra 13 alfareros activos, con un promedio de edad 57 años. Las vasijas de barros se hallan elaboradas por mujeres en su mayoría, aunque en la comunidad de Chico Ingapirca existe un alfarero hombre. La población de alfareros es de 17 artesanos, el 94% son mujeres (16) y el 6% son hombres (1), según el censo de alfareros, bitácora de la feria anual de alfarería del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural de San Miguel de Porotos (2019).

Ahora bien, el proceso de elaboración cerámica en Jatumpamba, tomando en cuenta la tipología de la cerámica: ollas, vasijas, tiestos, cántaros, maseteros se procesa en los llamados talleres que según el testimonio de Olga Ruth Romero, se conoce que son:

> *Realmente precarios. Partiendo de su realidad socioeconómica. Los talleres son sus propias viviendas que en su mayoría son construcciones autóctonas, ya sea de bahareque o adobe. Son espacios reducidos lo que conspira con las propuestas innovadoras que se puedan presentar, sumado a ello, los problemas de alcoholismo reducen la potencialidad de la alfarería con sus procesos de: cargar barro, cargar arena, secar, mezclar el material, apisonar y luego moldear y quemar los objetos, es un trabajo muy arduo.*

Lo dicho, es corroborado por Brazzero (2011) que sobre los talleres anota: “En Jatumpamba todos los talleres están en la casa de las alfareras. En un lugar protegido de humedad al aire libre se seca el barro y guarda los sacos de arena” (p.41). Con relación a la materia prima, se hace el siguiente señalamiento:

> *Los materiales para la fabricación de cerámica son: barro, arena y quina, (tierra pastosa de color rojo para pintar y dar el decorado final a las vasijas). Todas estas materias primas se obtienen en la comunidad y zonas aledañas como San Cristóbal, Pacchapamba, Chico Ingapirca y Olleros. Las alfareras de Jatumpamba y Pacchapamba extraen el barro (…) de minas ubicadas en la cercanía de la plaza central. (p.41).*

Desde la experiencia de José Francisco, un alfarero de la comunidad de Chico Ingapirca, el proceso de fabricación de la cerámica es el siguiente: Preparación de la tierra que se consigue en la comuna. Se pone a remojar en una tina grande, durante cinco días, dependiendo del clima. Apisonar (batir el lodo con los pies) la tierra, hasta que esta tenga una consistencia similar a la plastilina. Se procede a amasar mezclando con una mínima cantidad de arena. Se deja podrir el lodo mezclado (15 días aproximados). Enrollado de la tierra para mantener la humedad tapando con una lona (amasado), con mucha sombra y de vez en cuando se humecta para que no reviente el barro. Hacer bolas de acuerdo a la cantidad que se necesita para la elaboración de la olla. Dar forma a la olla utilizando solamente las manos. Secado, generalmente este proceso demora varios meses dependiendo de la luminosidad y del tiempo. Completar el terminado de la olla, utilizando la herramienta, denominada, huactana (macho y hembra), para dar el acabado final y se va puliendo con las dos manos, por fuera con la huactana macho y, por dentro con la huactana hembra, lo que se pretende con esta actividad es ir impermeabilizando de forma que cuando se utilícela olla no exista filtrado de agua. Horcado consiste en dar forma a la olla en su cavidad superior. Pintado utilizando tierra roja que se extrae de la misma comuna. Quemado (utilizando el horno o a cielo abierto). Venta del producto que se realiza generalmente en el mismo taller.

En función del proceso de fabricación de la cerámica, se procede con la descripción y cálculo del costo de producción de las ollas, producto cerámico de mayor acogida del mercado. La materia prima utilizada para la confección de las ollas y demás utensilios de cocina es la tierra y arena, que se encuentran ubicadas en la comuna, no tiene costo por cuanto les asiste el derecho por ser parte de la comuna, lo único que cancelan en la actualidad es el transporte, en tiempos atrás lo hacían utilizando bestias o simplemente se transportaba en sus espaldas. Desde la experiencia de los alfareros, se indica que de un quintal de tierra se obtiene 30 ollas. Con relación a la mano de obra, se tiene que el rubro está caracterizado por el trabajo de los alfareros. Esta actividad se realiza combinando con otras actividades propias como las labores agrícolas de cultivo del maíz y fréjol, el costo de la mano de obra en la comuna es de 10 a 12 dólares americanos, jornal que aplica tanto a hombres como a mujeres.

Para el cálculo de los costos indirectos de fabricación se considera los siguientes rubros: Leña, elemento que se compra o se explota del cerro de la comuna. Chamiza o chaparro, material que se utiliza para la quema a cielo abierto, muy restringido la utilización de este insumo, debido a la ley de protección del medio ambiente, el costo de un metro de leña en la comuna tiene el valor de 15,00 dólares americanos. Horno. - Por la restricción de las leyes

ambientales y con la ayuda de agencias internacionales, así como la colaboración del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural de San Miguel de Porotos, el gobierno autónomo descentralizado provincial del Cañar, se construye hornos a leña y gas, que de acuerdo a expresiones de los comuneros entrevistados tienen una capacidad de producción de 20 a 30 ollas de un tamaño estándar. Agua, elemento necesario para la elaboración de ollas, con un costo de 3, 50 dólares americanos por metro cúbico, en el proceso se utiliza 10 galones (1 m3 igual a 219,97 galones).

Con los datos precedentes, se construye el escenario para el cálculo del costo de producción de las ollas cerámicas de Jatumpamba. El costo de producción de una olla es de 5,68 dólares americanos, (170,49/30 = 5,68). El precio de venta, en el taller, es decir productor- consumidor/ cliente, tiene un promedio de 7,00 dólares americanos. La utilidad que se obtiene por una olla cerámica es de 1,32 dólares americanos (Véase tabla 1).

Tabla 1
Costo de Producción de un lote de 30 ollas cerámicas de Jatumpamba

Materia Prima	**Unidad de Medida**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo total**
Arcilla	m.	4	0	0
Arena	m.	1	0	0
Mano de Obra		3	12	36
Preparación de la tierra (Remojar)	jornal	1	12	12
Amasar	jornal	0,5	12	6
Confección de la olla	jornal	4	12	48
Costos Indirectos de fabricación				0
Leña	m.	3	15	45
Agua	Gl	10	0,016	0,16
Depreciación horno	global	1	8,33	8,33
Trasporte tierra		3	5	15
		COSTO TOTAL		**170,49**

Fuente: Alfareros de Jatumpamba

Un segundo escenario para el costeo, considera los recursos llamados agotables: tierra y arena, que por ahora no representan flujo financiero para los alfareros de Jatumpamba. En este supuesto, el comportamiento de los costos y precios es el siguiente: El costo de producir es de 6,12 dólares americanos (183,49/30 = 6,12), sí se considera el precio promedio de venta de una olla estándar de 7,00 dólares americanos, la utilidad es de 0,88 centavos de dólar americano. Un margen de beneficio que constituiría una nueva amenaza a la sostenibilidad de la cerámica de Jatumpamba. Además existen pérdidas en el proceso productivo de 3 a 5 ollas, dependiendo de la quema, si se lo hace en horno o a cielo abierto (Véase la tabla 2).

Tabla 2:
Costo de Producción considerando tierra y arena de un lote de 30 ollas cerámicas de Jatumpamba

Materia Prima	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Arcilla	m.	4	3	12
Arena	m.	1	1	1
Mano de Obra		3	12	36
Preparación de la tierra	jornal	1	12	12
Amasar	jornal	0,5	12	6
Confección de la olla	jornal	4	12	48
Costos Indirectos de fabricación				0
Leña	m.	3	15	45
Agua	gl	10	0,016	0,16
Depreciación horno	global	1	8,33	8,33
Trasporte tierra		3	5	15
		COSTO TOTAL		**183,49**

Fuente: Alfareros de Jatumpamba

Variable innovación del producto y de la gestión empresarial

En los emprendimientos productivos ancestrales, es importante el estudio y conservación de la técnica de elaboración de productos. En la alfarería de Jatumpamba, por ejemplo, existe una variedad de objetos de barros como la olla globular para cocinas de leña, el cántaro o huallo, la cantarilla que se lo conoce también como botija o tacanguilla, la tinaja, la cazuela, la dulcera, el tiesto, la olleta, el conquiénvinistes (Sjoman, Idrovo y Freire, 1989). Actualmente se ha diversificado la producción. Cuenta don José que se confecciona también: *"Figuras de la sembradora con la taza pareada, el arador, el apero, la yunta uncida y aves de la mitología de los Cañaris"*. En efecto, según Lara (2015) la técnica del modelado/golpeado tiene dos momentos: el modelado, "… Esta técnica da forma a una masa de arcilla homogénea mediante gestos de presión o percusión. El recipiente emerge a partir de una <bolita> de arcilla donde se introducen los pulgares, luego los puños y se estiran los bordes" (p. 27).

Los alfareros de Jatumpamba utilizan como ayuda o soporte para el modelado, una tinaja grande que permite circular con facilidad en relación al objeto. En un segundo momento se procede con el golpeado. Desde las investigaciones de Gosselain (2010) se sabe posterior al modelado, el artesano golpea al mismo tiempo las paredes internas y externas de la olla: "Los gestos de amartelamiento propios de esta operación sirven para adelgazar y estirar las paredes, así como dar forma a las vasijas" (p.43). Se usa dispositivos de cerámica denominadas huactanas que en opinión de Sjoman (1989) huactana, significa "golpear, pegar" (p. 43).

Según Roux citado por Lara (2015) la técnica del golpeado del austro ecuatoriano "es única en su categoría, en la medida en que, mientras que en otras partes del mundo, el golpeador de afuera es de madera, en Ecuador es de cerámica" (p.28). En esta línea, Héléne y Monzon (1989) acota que "Los tratamientos de superficie de un recipiente se ejecutan después de

varios días de haberlo dejado secar, aplicando un colorante rojo o engobe en las paredes con el propósito de impermeabilizarlas y/o crear efectos cromáticos decorativos" (p.21).

Figura 1
Técnica del modelado/ golpeado

Fuente: Alfareros de Jatumpamba

La variable innovación de producto y de la gestión empresarial requiere algunas consideraciones conceptuales. Si bien alrededor del producto estrella, la olla estándar, giran maceteros, aves, tinajas, figuras agrícolas, no hay evidencia de un estudio del comportamiento del consumidor que demuestre las nuevas tendencias de demanda del mercado.

Variable transferencia del conocimiento

En cuanto a la transferencia del conocimiento ancestral de la técnica de modelado/golpeado es generacional. Según Sjoman (1989) en la transcripción del testimonio de la señora Carmen, una alfarera de Jatumpamba, expresa:

> *Claro que costaba mucho aprender las ollas. No podía hacer. Llorando ahí. Mi mamita, pues, ha enseñado. A ella, vuelta, la otra mamá, mi abuela, iba enseñando. Yo ya de doce años ya acabada. Ahora, de mis hijas, nadie sabe. Por no aprende una se fue a Cuenca. A servir. A buscar trabajo. Otra aquí, ahora teje sombreros. Viene de Guayaquil, seis años. Esto es muy pesado. Cuando están con bebecitos no pueden ir por la leña. Sombreros, así hacen. Los esposos ganan mejor también. Van a Guayaquil, entonces vienen con platita. Tienen tranquilidad. Hay que hacer en casa (p. 29).*

Lo que antecede es corroborado por Brazzero (2011) en el aparatado de conclusiones de su trabajo investigativo cuando señala: *"En Jatumpamba la actividad alfarera está delegada exclusivamente a mujeres excepto el caso de Francisco (…) que aprendió la técnica de su padre, habitante de la zona de Olleros…*" (p.82). Así mismo, María, una alfarera de la comunidad de Olleros, aprendió hacer ollas de barro a la edad de 12 años:

> *Yo, aprendí de mi mamá, se llamaba María Olimpia. Aprendí bien castigado. Tiraba con lodo en cabeza, cuando no podía. Cogía, sabía castigar bien. Y ha sido bien para mí mismo. Yo no quería. Los guambras de ahora no quieren. Lo más difícil es hacer*

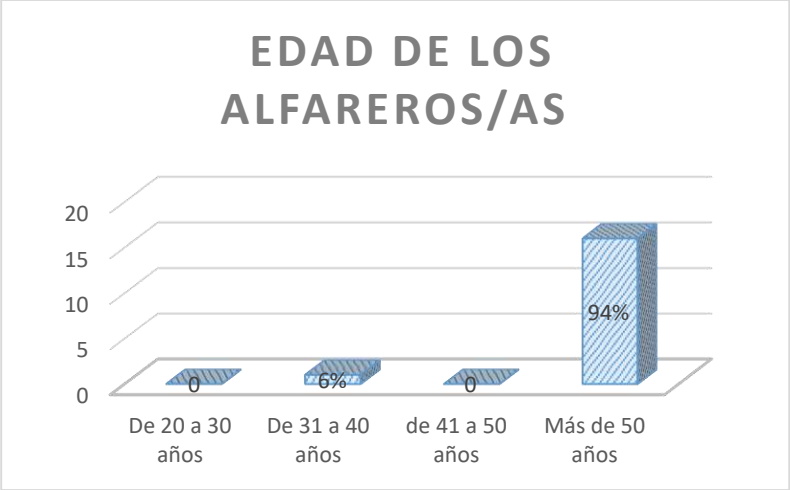
ollas, cuando va jalando lodo, se va donde quiera. Si lodo está tierno, todito va asentando. El lodo es de remojar, no mucha agua.

La transferencia del conocimiento ancestral de la técnica del modelado/ golpeado está amenazado seriamente porque las nuevas generaciones no quieren aprender y dada la edad de los alfareros, 57 años en promedio. Olga Ruth Romero, es promotora cultural de la Casa de la Cultura Núcleo del Cañar, encargada del levantamiento de las fichas de campo de los alfareros en las comunidades de Jatumpamba. Su principal preocupación es la extinción de la técnica por el envejecimiento de los poseedores del conocimiento ancestral:

Si. Justamente el objetivo del documental que se realizó hace unos diez años más o menos tenía ese propósito de mostrar la realidad del peligro de extinción de esta técnica, pues por un lado, se conoce que quienes se dedican a ser alfarero son de edad avanzada y son ellos los poseedores de este conocimiento; y, por otro lado, el poco interés que tienen las nuevas generaciones, específicamente los miembros de la familia directamente relacionada, hablamos de hijos e hijas. Para ellos, la alfarería es símbolo de pobreza, es decir, un trabajo muy sucio y muy duro. Las nuevas generaciones quieren migrar al extranjero.

En tal virtud, los rangos de edad de los alfareros, con un promedio de 57 años, tomando en cuenta la expectativa de vida en Ecuador para el año 2020 de 74 a 80 años, implica un riesgo para la sostenibilidad de la técnica de modelado/ golpeado, para la elaboración de los productos de cerámica en Jatumpamba. (Véase la figura 1).

Figura 2
Edad de los alfareros de Jatumpamba



Fuente: Alfareros de Jatumpamba

Desde esta realidad, la transferencia del conocimiento de la técnica ancestral de fabricación de objetos de cerámica con la técnica del modelado y golpeado está seriamente amenazada de extinguirse.

Variable modelo de asociatividad

Ahora, en cuanto a la variable asociatividad, no existe evidencia en el campo de actividades de cluster o aplicación de la estrategia de la triple hélice sobre el objeto de estudio. El comportamiento cultural de los alfareros está matizado por la competencia desleal, así corrobora María, una alfarera de la comunidad de Olleros que afirma ser la poseedora del conocimiento ancestral y cuestiona a otras alfareras de Pacchapamba:

> *Ahora, lo que hacen allá en Pacchapamba, como ser hoy día remojan, ya pisan, ya está olla. No sale bien nada. Las ollas remojan y se parten. El reclamo es a uno. Yo me siento bien, cuando ollas salen bien*.

Según el gobierno provincial del Cañar (2016) operó el proyecto de mejoramiento de la alfarería en San Miguel de Porotos- Azogues, con un monto de inversión de 15 mil 021 dólares americanos, destinado a desarrollar la producción de la alfarería tradicional de la parroquia San Miguel de Porotos mediante el mejoramiento de los talleres de alfarería con la dotación de hornos a gas, con fines asociativos y de generación de economías de escala. La implementación del proyecto consistió en la instalación de un horno a gas en cada taller que funciona adosado a las viviendas de siete alfareras de la comunidad de Pacchapamba. Sin embargo, tan solo se atendió al 41% de la población de beneficiarios, lo que produjo resentimiento en los alfareros de Jatumpamba, tal como corrobora la señora Narciza: *"Nosotros tenemos el monumento (una alfarera tallada en piedra y empotrada en la plaza central de Jatumpamba) y solamente han dado a las de Pacchapamba. Ahora estoy haciendo gestiones en el Consejo Provincial para que a nosotras también nos den los hornos"*.

Figura 3
Actividad artesanal independiente

Fuente: Alfareros de Jatumpamba

El trabajo artesanal sigue siendo individual y se lo realiza en las viviendas de los alfareros que no aceptan asociarse para emprender actividades solidarias.

CONCLUSIONES

La milenaria alfarería de la comunidad de Jatumpamba, basada en la técnica ancestral del modelado y golpeado con el uso de la huactana es única en la región austral del Ecuador. Sin embargo, no se evidencia a nivel de la planificación del Estado, programas, proyectos y actividades de emprendimiento e innovación que articuladamente sustente y sostenga la cerámica en la parroquia rural de San Miguel de Porotos.

La transferencia del conocimiento generacional de la técnica cerámica de modelado y golpeado con el uso de la huactana está amenazada. Es imprescindible la implementación de la escuela de cerámica ancestral dirigida a la población joven del sector e innovación de los eslabones de la cadena de valor productiva.

La asociatividad de la población alfarera en Jatumpamba es inaplazable. Para alcanzar la cohesión social como requisito de inicio, se debe socializar los beneficios de la creación de redes asociativas o la implementación de la estrategia de la triple hélice donde converjan: el Estado, la Academia y la Comunidad.

La innovación de producto y de la gestión del emprendimiento es la consecuencia de las conclusiones que anteceden. Los derrames permitirán la sostenibilidad del emprendimiento y promoverán mejores condiciones de vida de la población alfarera con externalidades positivas para toda la comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, J. E. y Aristizábal, C. A. (2011). Transferencia del conocimiento orientada a la innovación social en la relación ciencia- tecnología y sociedad. Revista Pensamiento y Gestión. No. 31, pp. 137-166.

Asamblea Nacional del Ecuador (2008). Constitución del Ecuador. Decreto Legislativo, 0. Registro Oficial Nro. 449. Quito, Ecuador.

Asamblea Nacional del Ecuador (2016). Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. Registro Oficial Suplemento No. 899. Quito, Ecuador.

Alexander, P. (2006). Pychology in learning and instruction. Nueva Jersey: Pearson Merrill Prentice Hall.

Bransford, J. D., Brown, A. L. y Cocking, R. R. (Eds.) (2003). How people learn. Brain, Mind, Experience and School. Washington, DC: National Academy Press.

Brazzero, M. (2011). Investigación del patrimonio cultural inmaterial vinculado a la alfarería con técnicas prehispánicas de Jatumpamba y las Nieves. Consultoría. Institutito Nacional de Patrimonio Cultural Región 6. Cuenca, Ecuador.

Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. En: Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. Santiago, Chile: Intec Chile.

Censo de alfareros (2019). Gobierno autónomo descentralizado parroquial rural de San Miguel de Porotos. Bitácora de alfarería de la feria anual de alfaros. Azogues, Ecuador.

Cilleruelo, E., Sánchez, F. y Etxebarria, B. (2008). Compendio de definiciones del concepto <<innovación>> realizadas por autores relevantes: diseño híbrido actualizado del concepto. Compendio Dirección y Organización. No. 36, pp.61-68.

Formichella, M.M. (2004). El Concepto de Emprendimiento y su Relación con la Educación, el Empleo y el Desarrollo Local. Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: Gestión del Emprendimiento y la Innovación. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Buenos Aires, Argentina.

Gobierno Provincial del Cañar (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Cañar Actualizado. Periodo: 2015-2019.

Gobierno Provincial del Cañar (2016). Proyecto de Mejoramiento de la Alfarería en San Miguel de Porotos- Azogues. Periodo: 2015-2019.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Miguel de Porotos (2015). El Plan Actualizado de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Periodo: 2015-2019.

Gosselain, O. (2010). Ethnographie Comparée Des Trousses A Outils de Potiers Au Sud Du Niger. Bulletin de La Société Préhistorique Francaise. Tomo 107. No. 4, p.43.

Héléne, M. y Monzon, S. (1989). Lexique et Typologie Des Poteries Pour La Normalisation de La Description Des Poteries. p, 21. Paris, Francia.

Lara, C. (2015). Proyecto internacional de estudio de tecnología cerámica. Revista de Etnografía Yachac. No. 13. pp. 1-47.

Llendo, M.G. y Martínez, A.M. (2001). Asociatividad. Una Alternativa para el Desarrollo y Crecimiento de las PYMES. Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa SEPYME, pp. 311-319.

Martínez, E. (2014). Buen vivir y descolonialidad: crítica al desarrollo y la racionalidad instrumentales. Instituto de Investigaciones Económicas. Unam, México.

Narváez, M., Fernández, G., Gutiérrez, C., Revilla, J. G. y Pérez, C. (2009). Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná. Revista Multiciencias. 9(2), pp. 157-166.

Olea- Miranda, J., Contreras, O. F y Barcelo- Valenzuela, M. (2016). Las capacidades de absorción del conocimiento como ventajas competitivas para la inserción de pymes en cadenas globales de valor. Revista Estudios Gerenciales. No. 32, pp. 127-136.

OCDE / Eurostat (2018), Manual de Oslo 2018: Directrices para recopilar, informar y utilizar datos sobre innovación, 4ª edición, La medición de las actividades científicas, tecnológicas y de innovación, OCDE. Editorial, París / Eurostat, Luxemburgo.

Sánchez, Y., García, F. y Mendoza, J. E. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. Revista Estudios Gerenciales. No. 31, pp. 243-252.

Serrano, A. M., Pérez, M., Palma, M., López, M. C. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. Revista Estudios Gerenciales. No. 32, pp. 82-95.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017). Plan Nacional para el Buen Vivir. Versión para el Diálogo Social Nacional. Quito- Ecuador.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2010). Agenda Zonal para el Buen Vivir. Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial. Zona de Planificación, 6.Provincias: Azuay, Cañar y Morona Santiago.

Schumpeter, J. A. (1934): The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle, Cambridge, Transaction Publishers Cambridge.

Sjoman, L., Idrovo, J. y Freire, C. (1989). Las alfareras de Jatumpamba. Fundación Paúl Rivet. Cuenca, Ecuador.

Sjoman, L. (1989). Jatumpamba, tierra de alfareras. Centro Interamericano de artesanías y artes populares. Cuadernos de cultura popular. No. 14. Cuenca, Ecuador

Sjoman, L. (1992). Vasijas de Barro: la cerámica popular en el Ecuador, p. 55. Centro Interamericano de Artes Populares. Cuenca, Ecuador.

Zambrano, O. J., Almeida, O., Rodríguez, K. D., Vargas, I. R. y Silva, D. F. (2019). Innovación disruptiva, estrategia de inclusión al emprendimiento social. Revista Inclusión y Desarrollo. 1(6), p- 1-18.

018. ANÁLISIS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL FRENTE A LA ALTA ROTACIÓN DEL PERSONAL. CASO DE ESTUDIO: EMPRESA FAMILIAR GRUPQUIR S.A. PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS ESTRATEGIAS 2020

Autores:

Eduardo Rafael Álvarez Yupa. Ingeniero en Administración de Empresas con énfasis en Recursos Humanos. Hiroaky S.A. Asistente de Talento Humano. Ecuador. laloogle@gmail.com

Pablo Ricardo San Andrés Reyes. Universidad Ecotec. Docente a tiempo completo. Ecuador. Magíster en Economía y Finanzas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. psanandres@ecotec.edu.ec

Ivonne Elizabeth Paredes Chévez. Universidad Ecotec. Investigadora Científica Académica. Profesional independiente. Ecuador. Magíster en Administración Tributaria en el Instituto de Altos Estudios Nacionales: Universidad de Postgrado del Estado. ivonnelizabeth.paredes@gmail.com

RESUMEN

El crecimiento empresarial atraviesa fronteras nacionales e internacionales con éxito, cuando cuenta con su fuerza motriz de calidad, un personal altamente capacitado, con sus competencias y habilidades, logrando que tenga una satisfacción laboral, acompañado de una adecuada remuneración.

La empresa en estudio ha atravesado varios cambios en la administración afectando a la rotación del personal, debido a las diferentes formas de administrar que presentan los altos funcionarios, afectando en varios aspectos a la organización.

El objetivo de esta investigación es analizar el proceso de retención del personal calificado por medio del estudio del clima organizacional y remuneraciones de la empresa GRUPQUIR S.A, para la implementación de nuevas estrategias al año 2020. La investigación es exploratoria, explicativa, descriptiva, con metodología cualitativa, enfoque mixto, con diseño no experimental de tipo transversal, con muestreo no probabilístico dirigido, utilizando método analítico.

El principal resultado obtenido fue el organizar y facilitar la gestión del subsistema de sueldos y salarios para la administración y logre el cumplimiento de políticas salariales. En la presente investigación se propone la implementación de nuevas estrategias que permitan retener al personal calificado y comprometido con los objetivos organizacionales que conlleven a la empresa a aumentar su productividad.

Palabras Clave:
Clima organizacional, estrategias, satisfacción laboral, rotación del personal y productividad.

ABSTRACT

Business growth crosses national and international borders successfully, when it has its quality driving force, a highly trained staff, with their skills and abilities, ensuring that they have job satisfaction, accompanied by adequate remuneration.

The company under study has undergone several changes in management affecting employee turnover, due to the different ways of administration presented by senior officials, affecting the organization in several aspects.

The objective of this research is to analyze the process of retention of qualified personnel through the study of the organizational climate and remuneration of the company GRUPQUIR SA, for the implementation of new strategies by 2020. The research is exploratory, explanatory, and descriptive, with methodology Qualitative, mixed approach, with non-experimental design of transversal type, with non-probabilistic directed sampling, using analytical method.
The main result was to organize and facilitate the management of the subsystem of wages and salaries for the administration and achieve compliance with wage policies. This research proposes the implementation of new strategies that allow retaining qualified personnel committed to the organizational objectives that lead the company to increase its productivity.

Keywords:
Organizational climate, strategies, job satisfaction, employee turnover and productivity.

INTRODUCCIÓN

Las empresas necesitan de estrategias de talento humano que fomenten la permanencia del personal en la organización y le permitan alcanzar sus objetivos organizacionales internos y externos, nacionales e internacionales. Balanzo & García (1994) indican que las estrategias son instrumentos de competencia que sirven al corto y largo plazo.

GRUPQUIR S.A es parte del grupo Quirola, está atravesando un cambio de accionistas, cuerpo administrativo, ahora cuenta con nuevas reformas, esquemas laborales, lo cual conlleva a una restructuración de personal logrando cifras alarmantes en rotación de personal por decisiones administrativas.
La empresa es parte del emporio familiar, formando un grupo corporativo de empresas, la empresa en estudio, es parte del sector primario dedicado a la agricultura y acuicultura.

Dentro del diagnóstico existe una inequidad y desbalance entre las remuneraciones recibidas del personal calificado, afectando en el clima y empoderamiento laboral y como efecto una disminución en la productividad.

El problema es que la empresa tiene falencias que afectan la productividad, ante la falta de investigación, evaluación y aplicación de normas para los subsistemas de recursos humanos, gestión de incrementos salariales por puesto y no por méritos, responsabilidades, desconsideración de los años de antigüedad, causando malestar en el clima organizacional, logrando desmotivación entre los empleados con remuneraciones sobrevaloradas y subvaloradas, personal subutilizados, errores en los procesos internos que conlleva a que la empresa esté perdiendo al mejor talento humano.

Un estudio analítico y comparativo realizado por Flores, Abreu & Baddi, (2008) indica que la baja remuneración, así como la selección incorrecta a los cargos acompañada de la baja motivación aumenta la rotación del personal.

El objetivo de esta investigación es analizar el proceso de retención del personal calificado por medio del estudio del clima organizacional y remuneraciones de la empresa GRUPQUIR S.A, para la implementación de nuevas estrategias al año 2020. Para ello es necesario analizar la situación actual de la empresa GRUPQUIR S.A. y proponer las acciones de mejora con un esquema de estrategias para fomentar la permanencia de sus empleados y cumplimiento de políticas empresariales.

Por consiguiente, ante la falta del diseño de un subsistema de compensaciones salariales con esquema de estrategias de remuneraciones ligadas a los procesos de evaluación razonables, actualizados al mercado laboral del país, que considere la situación económica de la organización, así como los factores internos y externos, permitirían mejorar el clima organizacional.

De hecho, el estudiar la nómina de empleados favorece para que los trabajadores se conviertan en los elementos motivadores al trabajo de la empresa y vivan con bienestar (Guerrero, Cañedo, Rubio, Cutiño, & Fernández, 2006).

Por lo tanto, el análisis del subsistema de remuneración y evaluación de la gestión del recurso humano, es importante para identificar las falencias y las causas que ha llevado a la inestabilidad y pérdida de los mejores colaboradores en la empresa.

METODOLOGÍA

En este estudio se utiliza una investigación exploratoria, explicativa, descriptiva, con metodología cualitativa, enfoque mixto, con diseño no experimental de tipo transversal, con muestreo no probabilístico dirigido, utilizando método analítico. Las técnicas de recolección de datos son: entrevistas y la encuesta al personal de altos mandos y medios también, así como los trabajadores operativos administrativos

Con respecto a la investigación exploratoria según Hernández (2014), se realiza cuando un tema de investigación es poco estudiado, genera muchas dudas o no se ha abordado con anterioridad. Así como Jiménez (1998) coincide en que en este tipo de estudios se abordan campos poco conocidos donde necesitan aclaración.

Mientras que la investigación explicativa, permite conocer por qué suceden ciertos hechos analizando relaciones causales (Sabino, 2008). De hecho los estudios explicativos parten de problemas identificados en los que es necesario saber las relaciones de causa-efecto (Jiménez, 1998).

Con relación a la investigación descriptiva, es aquella que analiza e interpreta la naturaleza actual, la composición o proceso de los fenómenos, el enfoque se hace sobre grupo de personas (Tamayo, 2004). Lo cual sostiene la descripción de la situación actual de la empresa, la falta de funcionalidad de las estrategias para el personal que son necesarias para el beneficio de la organización.

Por otra parte, Posso (2011) establece que la metodología cualitativa señala aspectos y discrepancias con un análisis a detalle que resuelve problemas de la realidad social a pesar que los resultados no son generalizables.

En este sentido, para la obtención de información de acuerdo al método y objeto de la investigación, se usan los enfoques cuantitativos y cualitativos (Herrera & Gallardo, 2012). La combinación de ambos enfoques se considera enfoque mixto, utilizado en el presente estudio.

Considerando lo anterior, el cualitativo según Cuenya & Ruetti (2010) busca comprender los fenómenos dentro de su contexto usual, con descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, comportamientos observables.

No obstante, el enfoque cuantitativo según Angulo (2005) recolecta, procesa y analiza los datos para contestar preguntas de investigación, utilizando la medición numérica para establecer exactitud, además permiten obtener validez y fiabilidad mientras que las cualitativas analizan determinados aspectos. (Hueso & Josep, 2012)

Adicionalmente, Hernández (2014) menciona al diseño de investigación no experimental debido a que al manipular las variables se observa al objeto de estudio en su ambiente natural

para su análisis posterior, y es de tipo transversal porque se puede acceder a la población completa, por lo que no se necesita ningún muestreo para la recolección de datos.

Por lo mencionado anteriormente, el muestreo de este estudio es no probabilístico dirigido, que se utiliza cuando los individuos no son elegidos por criterio estadístico, sino que se seleccionan según la importancia y el alcance de la disponibilidad de los sujetos a quienes les interesa y está en su poder cambiar o mejorar el problema de investigación (López, 2004).

El método analítico consiste en la observación y examen de un hecho en particular, conocer naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia (Ruíz, 2008)

El investigador debe seleccionar las técnicas más apropiadas para su investigación. Entre las técnicas cuantitativas que más se utilizan son: cuestionarios, test, observación sistemática y otras (Herrera & Gallardo, 2012). Mientras en las técnicas cualitativas se tiene la observación, entrevistas, cuestionarios, dinámicas de grupo e historias de vida (López & Sandoval, 2006).

De hecho, para la elaboración de cuestionarios se accedieron a documentos de auditoria que utilizó la empresa para obtener la certificación internacional ISO 9001-Período 2016 e informes anuales de la gestión del departamento de Talento Humano correspondiente al año 2017.

Es necesario señalar que la totalidad de las personas que forman parte de la investigación de un determinado conjunto se llama población y la muestra es una parte de aquello (López, 2004). En cuanto al marco muestral del estudio, fue conveniente recolectar la información de todos los colaboradores para entender la situación actual de la empresa.

En este sentido, los cuestionarios de la encuesta que permiten reunir datos del grupo objetivo, se extrae de la información de fuentes primarias (Bernal, 2006). Para este aspecto se cuenta con un grupo de 45 colaboradores: 7 funcionarios de altos mandos y 38 empleados operativos administrativos.

Los cuestionarios fueron diseñados con 10 preguntas: 4 preguntas para los altos mandos y 6 para los empleados operativos administrativos.

No obstante, Bernal (2010) indica que la entrevista permite el contacto directo con las personas y la profundización con apertura y espontaneidad; en este estudio fueron dirigidas a dos funcionarios de altos mandos, responsables de la Dirección General de la corporación familiar, quienes basan en sus puntos de vistas y experiencias laborales para superar las debilidades que tiene la empresa.

Una vez obtenido los datos, se procesan y se analizan lo cual permitirá en lo posterior de desarrollar las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos planteados de la empresa.

1. Clima Organizacional Empresarial

El clima organizacional tiene sus antecedentes con la labor de los psicólogos en las empresas, el cual daban soluciones al cansancio de los empleados por la situación ergonómica del trabajo y luego se interrelacionaron con otros factores como son la capacidad de aprendizaje,

percepción de habilidades para los procesos, personalidad, elementos esenciales para actitud ante la fatiga laboral y rendimiento (Tamayo & Traba, 2010).

La importancia del clima organizacional no solamente es el comportamiento del trabajo como resultado de factores organizacionales existentes, sino principalmente de las percepciones que tiene él sobre la empresa, estas percepciones podrían depender de las interacciones, experiencias y actividades dentro de su entorno laboral (Quintero, Africano & Faría, 2008).

Chaparro, (2006) destaca que el clima organizacional es la interacción de intimidad del sujeto con su apego o desapego a su empresa. Mientras que para (Moreno, 2012) es dimensión de la calidad laboral de los trabajadores que genera influencia en rendimientos y productividad para el personal operativo y el administrativo.

Pues bien, los factores que influyen en el clima organizacional laboral son: a) Los de la propia cultura organizacional como creencias, valores y conductas; b) Condiciones de trabajo; c) Interacciones con el ambiente de la organización a través de la responsabilidad social corporativa d) Liderazgo y autoridad de los más altos cargos; e) Factores psicológicos del empleado, percepciones, expectativas, motivaciones f) Influencias de clientes, proveedores, medios de comunicación; g) Relaciones entre jefes y empleados y su comunicación. (García, 2009).

Por otra parte, autores como Milkovich & Boudrem, 1994 citado por Quintero, Africano & Faría, (2008) indican que son las capacidades, habilidades, necesidades y cualidades del personal en el trabajo, que con ciertos comportamientos pueden afectar resultados de la organización.

Referente al ingresar a un puesto de trabajo, se genera una etapa de adaptación al entorno laboral, donde la motivación es uno de los más importantes factores, pues influye en la seguridad de la actividad que desarrolla el empleado y su grado de satisfacción laboral, si sucede lo contrario genera frustración, inadaptación y una insatisfacción para la persona y afecta a los procesos (Rodríguez, 2009).

Si bien es cierto, el trabajador que cuenta con la motivación suficiente, desempeñará sus funciones con emociones positivas, logrando un entorno laboral adecuado y clima organizacional con lo que desarrollará un sentido de pertenencia hacia la empresa.

En efecto, las variables o indicadores que utilizan los expertos para lo anteriormente mencionado son: a) Relaciones interpersonales internas y externas con los compañeros de trabajo; b) Ambientes, condiciones y entorno laboral; c) Grado de control sobre el trabajo, desempeño, motivación laboral y capacitación recibida por la empresa, incentivos y crecimiento profesional d) Comunicación y toma de decisiones en el entorno organizacional.

A su vez, existen herramientas para medir el clima laboral a través de recursos técnicos y metodológicos (Robbins, 2004). Mientras que Noriega & Pría (2011) destacan tres instrumentos de medición: Observación en el trabajo, entrevista personal y encuesta del clima organizacional.

Resulta preciso indicar, que en el aspecto de la remuneración, un empleado que siente que su trabajo vale lo que gana en dinero, recibir beneficios por parte de la empresa, le genera un

grado de satisfacción laboral, que hace que crezca el compromiso que tiene con la misma, por lo que va a querer permanecer en la empresa a largo plazo y aumentar la productividad empresarial.

Romeo (2002), considera dos posiciones tradicionales con el dinero: como deseo o necesidad; esto es, en la que el dinero es el único valor por el que las personas desean el trabajo y por otro en la que el dinero es instrumento de motivación para cubrir necesidades básicas. En tal sentido, Chiavenato (2008) establece que la productividad laboral del sueldo moral que el empleador logre construir en los trabajadores, empoderando al empleado al considerarlo como elemento para el crecimiento de la organización con un mejor trato y optimización a recursos humanos.

Adicionalmente, el área de Talento Humano tiene gran responsabilidad, respecto a las estrategias y planes de acción, que debe enfrentar para mantener un clima organizacional positivo, por lo que debe considerar ciertos factores que generan una calidad de vida en el trabajo: trabajo digno, condiciones de seguridad laboral e higiénica, pagos y prestaciones adecuadas, supervisión capacitada, oportunidades de aprender y crecer en el trabajo, clima social positivo (Milcovich, & Boudreau, 1994).

1. Empresas familiares y el clima organizacional con los empleados

Las empresas familiares son objeto de estudio de varias disciplinas, a pesar de que centran su enfoque en la sucesión, formas de gobierno, estilos de gestión y cultura empresarial existen aspectos como el control, el cual cumple un papel muy importante como el de dirigir un conjunto de caracteres informales de personas, y un sistema basado en un esquema que nace con creencias y valores como pilar naciente de dichas organizaciones (Cisneros, Ramírez & Hernández, 2011).

Los autores anteriores indican que la empresa familiar es una institución conformada por personas con vínculos de afinidad reconocidos socialmente, padres, hijos, hermanos o individuos de cierto parentesco consanguíneo o político; se unen para darle continuidad por generaciones incluso en control empresarial, garantizar seguridad a su familia, conservar herencia o mantener la unión entre parientes.

Uno de los conflictos en la realidad social de las empresas familiares es la designación de cargos de los integrantes de la familia en los distintos puestos laborales. Si bien es cierto, podrían estar ocupando cargos de altos mandos sin tener la capacidad, el desempeño, los estudios ni la experiencia requerida para esas plazas laborales. Así como también, detectar el poder influyente dentro de la empresa que según su tamaño, podrían ellos para tomar decisiones sobre las decisiones del Departamento de Talento Humano causando conflictos internos y afectando el clima organizacional.

Ante el malestar que se genera por lo mencionado anteriormente, existe alta rotación del personal calificado, Cuesta, 1990 citado por Flores, Abreu & Badii, (2008) establece que si el sistema de pago actual no corresponde con el esfuerzo realizado y con los resultados que da sobre todo en trabajos manuales y monótonos, los empleados estarán desmotivados y generarán conflictos, debido a que sienten que el contenido del trabajo no corresponde con su salario y estarán insatisfechos.

De este modo, si bien la gestión para responder a los conflictos deben ser a través de estrategias según Tidd & Friedman, 2002 citado por (Montes, Rodríguez & Serrano, 2014); de hecho Carnevalen e Isen, 1986 citado por los mismos autores mencionados, indican que hay que controlar el afecto para gestionar el clima organizacional previo a la negociación.

De hecho, Barry, 1989 citado por Cisneros, Ramírez & Hernández, (2011) menciona que cuando una empresa crece necesita una estructura más burocratizada para mejor coordinación y cuando existe confusión de roles, diferentes objetivos y escasa profesionalización aparecen contradicciones del concepto de familia y empresa, por lo que hay que tomar medidas de gestión.

Adicionalmente, los autores anteriores señalan que es necesaria la creación de un sistema formal de reglas y procedimientos, con una división de trabajo basada en funciones, ascensos y selección con valoración más objetiva, competitiva de la persona para el cargo, enfatizando el rol más que sus virtudes personales o influencias familiares.

Para ello es necesario realizar un estudio interno de cómo están los cargos actuales dentro de la empresa familiar, lo cual es ideal para poder medir si realmente los familiares que ocupan ciertos puestos están acordes al perfil que la empresa necesita y de ser así, poder ser evaluados constantemente y valorizados y motivados con más beneficios, para que la remuneración que recibe esté acorde al mercado laboral indiferentemente de que la empresa sea familiar.

Miller & Le Breton-Miller, 2006, citado por Cisneros, Ramírez & Hernández, (2011), gestionan como prioridad el fomentar una cultura con concepto de comunidad y cohesión, donde existan valores, socialización, profundo interés por los trabajadores que hagan nacer en ellos fidelidad, iniciativa, socialización y colaboración profunda en su entorno.

McCollom, 1988, citado por Cisneros, et al., (2011) menciona que es posible lograr un balance entre el sistema familiar y el organizacional, que conforman a la empresa familiar, que exista una relación que facilite la comunicación y la coordinación adecuada para ambos sistemas y logre mejores resultados.

2. Análisis actual de la empresa GRUPQUIR S.A

Análisis FODA

Conocer la situación de la empresa a través del análisis FODA, permite efectuar un diagnóstico y hace que los empresarios tomen las mejores decisiones. Otero & Gache (2006), indican que es un modelo de evaluación interna y externa para facilitar planeación de actividades y resolver fallas corporativas.

La principal fortaleza de esta empresa, se debe a la obtención de la certificación de Normas Administrativas ISO 9001, como parte del cumplimiento de los objetivos del Departamento de Talento Humano y han logrado estructurar los reglamentos, formatos y procedimientos internos creados para orientación de actividades.

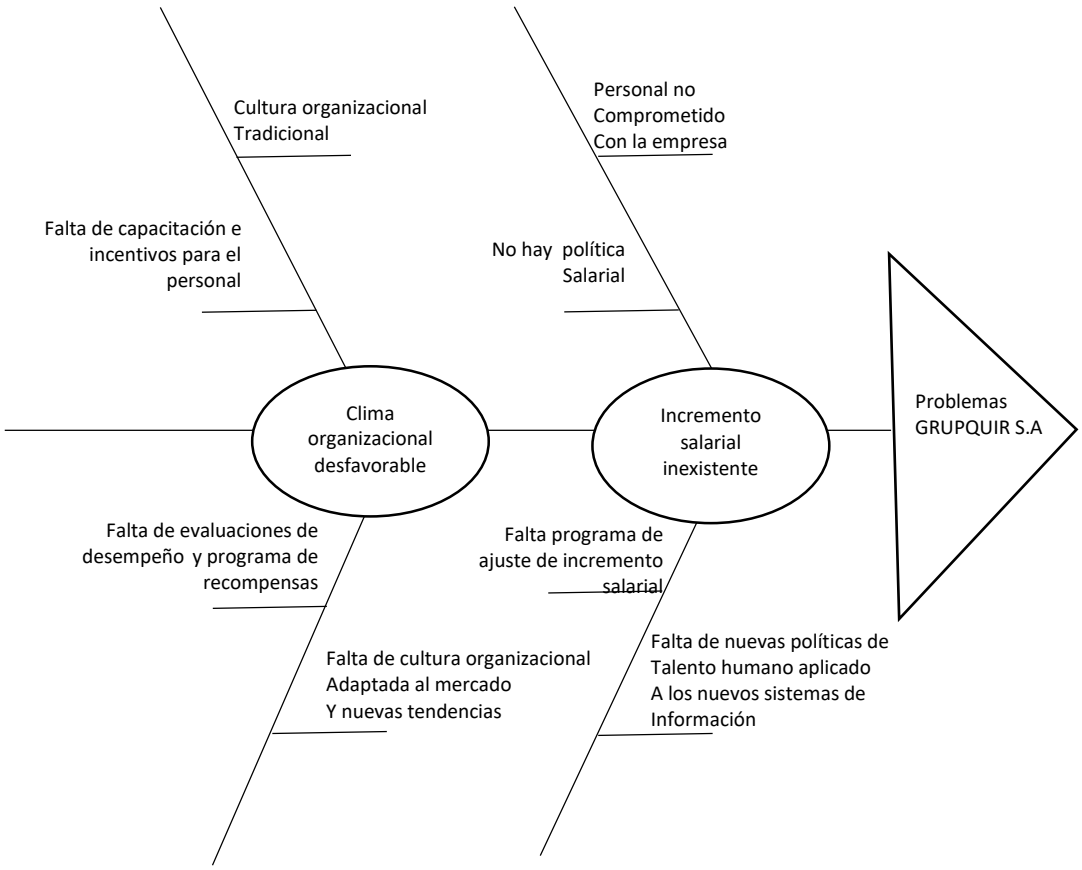
La debilidad principal es la falta de incentivos y capacitación laboral, debido a que no tienen un plan de capacitación anual, ni plan de incentivos económicos o beneficios que aporten al

desarrollo personal, profesional de sus trabajadores y trae como consecuencia la alta rotación del personal calificado. La empresa tiene dentro de sus oportunidades el posicionamiento de la marca “QUIROLA” dentro del mercado local e internacional con sus exportaciones, participando más de 40 años con presencia en el mercado norteamericano, sudamericano y europeo manteniendo su principal cartera de clientes recurrentes y satisfechos.

La principal amenaza para la empresa es el factor ambiental como el fenómeno del niño, la niña, altas temperaturas que afectan directamente a los ciclos de producción en la época de siembra, causando alteraciones en las proyecciones financieras y cosechas.

Diagrama Ishikawa (Fishbone)

Figura 1 **Diagrama de Fishbone**



Fuente: Grupquir S.A.
Elaborado por: Autores

El diagrama de causa y efecto creado en 1950 por Ishikawa en Tokio, sirve para resolver problemas empresariales, denominado diagrama de pescado por su forma, usado como técnica de análisis de árbol y gestión de las principales causas que afectan al problema y los efectos que producen (Simonassi, 2009)

Adicionalmente, Zapata & Villegas 2006, citado por Bermúdez, (2006) indican que el diagrama de causa y efecto es como un vehículo para resolver problemas complejos a tener una concepción con todos sus elementos y a cualquier nivel de detalle que se requiera.

En este sentido, se han detectado en la empresa, problemas como la insatisfacción del personal con un clima organizacional laboral desfavorable, la principal causa es producida por la falta de capacitación e incentivos para el personal y una cultura organizacional tradicional y los efectos que producen es por la falta de evaluaciones de desempeño y programas de recompensas que solucionaría estos inconvenientes.

De igual manera, el problema de la inexistencia del incremento salarial, genera malestar en los trabajadores de la empresa, siendo las causas principales: la falta de una política salarial y la desmotivación del personal sin el compromiso con la empresa, mientras que los efectos producidos son por la falta de un programa de ajuste de incremento salarial y nuevas políticas de talento humano aplicado a los nuevos sistemas de información.

RESULTADOS

Resultados de las encuestas

Alineado al cumplimiento del objetivo de la presente investigación se obtuvieron los principales resultados:

Las encuestas y entrevistas fueron realizadas en el primer trimestre del año 2019, siendo el marco muestral la base de datos de la empresa. Encuestando a 7 altos mandos y 38 empleados operativos administrativos.

Para la encuesta, se contó con un cuestionario elaborado de 10 preguntas: 4 realizadas a los altos mandos y 6 preguntas a los empleados operativos administrativos en torno a las siguientes percepciones: imagen de la empresa, beneficios que recibe de la organización, sobre el desarrollo profesional y de la remuneración recibida.

Respecto a la percepción de la imagen de la empresa de los altos mandos, el 84% considera que la empresa no es buen lugar para trabajar. Así como también en relación a la percepción de los beneficios que recibe de la empresa, el 84% no está de acuerdo al cargo y funciones que realiza.

De acuerdo a la percepción del desarrollo profesional de los altos mandos, el 84% considera que la empresa no le aporta ni favorece al desarrollo profesional ni tampoco con la remuneración percibida, y ese mismo porcentaje considera que la remuneración no es proporcional al esfuerzo ni a las funciones que realiza en la empresa.

No obstante, el cuestionario dirigido al personal administrativo: del área financiera, talento humano, logística, contabilidad, mecanización y producción mostraron lo siguiente:
El 93% considera que la empresa no es buen lugar para trabajar, respecto a los beneficios entregados por la empresa, el 67% está inconforme. El 93% está de acuerdo en que la empresa le aporta desarrollo profesional, así como también el 71% considera que su remuneración es proporcional al esfuerzo que realizan.

De acuerdo a la percepción de empatía y trabajo en equipo, el 82% considera que el trabajo que realizan, son tomadas en cuenta por sus compañeros y superiores. Sin embargo, el 87% de los mandos medios, no se sienten motivados para realizar su trabajo diario.

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

La entrevista fue realizada al Gerente de Recursos Humanos y al Vicepresidente ejecutivo del grupo empresarial, que manejan los diferentes sectores a los que pertenecen las empresas del grupo: agrícola, acuícola y administrativo. Ambos entrevistados pertenecen a la familia bajo línea de consanguinidad y política.

El departamento de Talento Humano, labora desde el 2005 y desde la gerencia indican que el problema principal radica en comunicación interdepartamental empresarial debido a que cada área maneja objetivos empresariales diferentes. Recalca que la gestión anterior, ha reducido la economía del grupo en un 40% de lo que era en el 2005 cuando era el eje de la empresa familiar.

En cuanto al Vicepresidente entrevistado es responsable de la dirección en un 75%, tiene 5 años en la empresa y ha permitido incremento en producción, actualmente como tiene participación en decisiones del personal, tiene un conflicto con el Área de Talento Humano, debido a que antes primaban los intereses personales de los empleados sobre los de la organización.

Propuesta para la implementación de estrategias 2020

La propuesta de este estudio se basa en la aplicación de Balanced Scorecardconocida como Cuadro de Mando Integral, para la implementación de nuevas estrategias que permitan retener al personal mejor calificado y comprometido; y a su vez alcanzar los objetivos organizacionales que aumenten la productividad empresarial.

Kaplan & Norton, (2007) indican que es un instrumento o herramienta, que ordena un sistema de gestión y es de planificación organizacional conectando estrategias con los objetivos. Está compuesto por perspectivas internas de clientes, operacional y; capital de información y organizacional (crecimiento y aprendizaje), así como los objetivos son medidos por indicadores, también se colocan las metas y los de planes de acción.

El Cuadro de Mando Integral ha cambiado la dirección estratégica y su campo de acción que era puramente financiero ha logrado expandirse a enfoques estratégicos informáticos hasta llegar a una perspectiva de alineamiento de recursos humanos (Massón & Truñó, 2006)

Para el subsistema de análisis de sueldos será necesario:

1. Un estudio de mercado laboral para realizar el análisis de sueldo, adicionalmente se ajustará al presupuesto económico y financiero de la empresa.

2. Un análisis de la formación necesaria y la valoración que le dará Talento Humano al esfuerzo estudiantil del empleado para ocupar ciertos puestos de

trabajo y se le dará una puntuación según los títulos y estudios que actualmente posea, los que esté cursando ya sean los mínimos que se necesitan para mantenerse en el puesto o los que esté realizando para conseguir un ascenso.

3. También se otorgará puntaje por la antigüedad por el compromiso que ha tenido con la empresa por un largo período de tiempo.

4. Evaluaciones de desempeño realizadas de manera periódica, por el Jefe inmediato y Gerencia departamental.

La estrategia para mantener la fidelidad de clientes, es aceptar un anticipo del 50% contractual y beneficios adicionales para clientes extranjeros y mejorar las exportaciones. Esta estrategia armonizaría la confianza entre proveedores, accionistas, empleados y sobretodo los clientes.

Dentro del análisis de los métodos, existe una inadecuada evaluación de desempeño y toma de decisiones, como la asignación de puestos por afinidad y no por competencia; así como la implementación de un estudio de análisis de puestos acorde a sus capacidades y conocimientos.

La empresa tendrá como estrategia organizacional un cronograma de capacitación al personal según el puesto que ocupa y a las necesidades de la organización.

Un plan estratégico que logre el trabajo en equipo entre los altos y medios mandos y permita armonizar al equipo humano que aún no está comprometido con los objetivos organizacionales, para mejorar el clima y satisfacción laboral que pueda retener los mejores talentos en la empresa y disminuir la rotación del personal y el absentismo.

CONCLUSIONES

El clima organizacional se armoniza con la satisfacción del personal en relación a su puesto, identidad corporativa y remuneración percibida. A pesar de que la empresa en estudio tuvo cambios en su administración en los últimos años, los altos mandos atraviesan un conflicto con los mandos medios en comunicación y gestión.

Se realizó un diagnóstico actual de la situación de la empresa con el análisis FODA, siendo su principal fortaleza el certificado de calidad ISO 9001 que poseen y adicionalmente el posicionamiento de la marca que le da fuerza a sus exportaciones actualmente. No obstante, su principal debilidad es la falta de un plan de incentivos y capacitación laboral al personal.

Para resolver los problemas, se diseñó el Diagrama de árbol Fishbone para tratar el clima organizacional desfavorable y la falta de incremento salarial. Como propuesta en la investigación se realizó un plan de acción de estrategias para el año 2020 a través del Cuadro de Mando Integral.

Facilitar la gestión del subsistema de sueldos y salarios para que la administración logre el cumplimiento de políticas salariales y armonicen un clima organizacional favorable, se deben aplicar estrategias que resuelvan o minimicen los actuales problemas empresariales.

La aplicación de la propuesta del esquema de estrategias salariales, mediante evaluaciones de desempeño, recompensas de acuerdo a méritos y responsabilidades, tomando en consideración la situación económica empresarial, reteniendo al mejor personal con plan de incentivos, beneficios y evaluaciones, ajustando sus remuneraciones acorde al mercado laboral y logrando su satisfacción laboral.

BIBLIOGRAFÍA

Angulo, E. (2005). *Metodología cuantitativa*. Obtenido de Enciclopedia virtual: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html

Balanzo, J. J., & García, J. C. F. (1994). La encuesta sobre estrategias empresariales: características y usos. *Economía industrial*, (299), 109-119.

Bermúdez, E. R., & Camacho, J. D. (2010). El uso del diagrama causa-efecto en el análisis de casos. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México)*, *40*(3-4), 127-142.

Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación: para admistración, economía, humanidades y ciencias sociales.* México: Pearson Educación.

Bernal, C. (2010). Metodologia de la Investigacion. Bogota, Colombia: Pearson Education.

Chaparro, L. (2006). *Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones.* España: INNOVAR.

Chiavenato, I. (2008). *Administración de Recursos Humanos.* España: Mc Graw Hill.

Cisneros, L., Ramírez, G., & Hernández, A. (2011). Control en la empresa familiar. *AD-minister*, (18), 49-76.

Cuenya, L., & Ruetti, E. (2010). Controversias epistemológicas y metodológicas entre el paradigma cualitativo y cuantitativo en psicología. *Rev. colomb. psicol., Vol. 19, Núm. 2*, 271-277. Obtenido de https://revistas.unal.edu.co/index.php/psicologia/article/view/17795/34440

García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 42-59.

Guerrero, J., Cañedo, R., Rubio, S., Cutiño, M., & Fernández, D. (2006). *Calidad de vida y trabajo. Algunas consideraciones sobre el ambiente laboral de la oficina.* La Habana: ACIMED. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352006000400005&script=sci_arttext&tlng=en

Flores, R., Abreu, J. L., & Badii, M. H. (2008). Factores que originan la rotación de personal en las empresas mexicanas. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, *3*(1)

Herrera Torres, L., & Gallardo Vigil, M. (2012). Métodos y técnicas cuantitativas de análisis en la investigación educativa. *Facultad de Educación y Humanidades de Melilla*, 72-76.

Hernández, R. (2014). *Metodología de Investigación.* México: McGRAW-HILL. Recuperado de http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf

Hueso González, A., & Josep, M. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. *Universitat Politécnica de Valencia*, 8.

Jiménez, R. (1998). *Metodología de la Investigación. Elementos básicos para la investigación clínica.* La Habana: Editorial Ciencias Médicas.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2007). *Balanced scorecard. In Das Summa Summarum des Management (pp. 137-148).* Springer Gabler.

López, N., y Sandoval, I. (2006). Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. *Capítulo de libro. Universidad de Guadalajara*. Obtenido de http://mail. udgvirtual. udg. mx/biblioteca/handle/20050101/1103

López, L. (2004). *Población muestra y muestreo*. Obtenido de Punto Cero v.09 n.08 Cochabamba : http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Massón, J. O. S. É., & Truñó, J. (2006). La Cuarta generación balanced scorecard: revisión crítica de la literatura conceptual y empírica. *Universidad Autónoma de Barcelona*.

Milcovich, G. T., & Boudreau, J. W. (1994). *Dirección y administración de recursos humanos: un enfoque de estrategia*. Addison-Wesley Iberoamericana.

Montes, C., Rodríguez, D., & Serrano, G. (2014). Estrategias de manejo de conflicto en clave emocional. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, *30*(1), 238-246.

Moreno, D. (2012). *El Clima Organizacional, definición, teoría, dimensiones y modelos de Abordaje.* UNAD: Colombia.

Noriega, V., & Pría, M. (2011). Instrumento para evaluar el clima organizacional en los Grupos de Control de Vectores. *Rev Cubana Salud Pública v.37 n.2*

Otero, D., & Gache, F. L. (2006). *Evoluciones dinámicas en el diagrama FODA*. *Revista Científica" Visión de Futuro"*, *6*(2).

Posso, M. (2011). Proyectos, tesis y marco lógico. *Cámara Ecuatoriana del Libro- Núcleo de Pichincha. Real Academia Española*. Ibarra, Ecuador.

Quintero, N., Africano, N., & Faría, E. (2008). Clima organizacional y desempeño laboral del personal empresa vigilantes asociados costa oriental del lago. *Negotium*, *3*(9), 33-51.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional (10ª.ed.).* México: Pearson Prentice Hill.

Rodríguez, D. (2009). *Gestion Organizacional - Elementos para su Estudio, 4. Ed. .* Chile: Alfaomega.

Romeo, A. (2002). *Remuneración, retribución y motivación de vendedores.* ESIC: Madrid.

Ruíz, R. (2008). *Método analítico*. Obtenido de Enciclopedia virtual: http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm

Sabino, C. (2008). El proceso de la investigación. *Panamericana*, 1-154. Obtenido de https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion_carlos-sabino.pdf

Simonassi, L. E. (2009). Capacitación Laboral: Análisis con el Diagrama Causa-Efecto. *Temas de Administración*, *7*, 18-22.

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación ciéntifica (4ta Ed.).* México : Editorial Limusa. Obtenido de https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf

Tamayo, M., & Traba, Y. (2010). *Modelo teórico de Clima Organizacional.* México: Contribuciones a la Economía.

019. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD ORGANIZACIONAL Y FINANCIERA EN LAS PYMES DE LA CIUDAD GUAYAQUIL.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS AN ORGANIZATIONAL AND FINANCIAL SUSTAINABILITY STRATEGY IN SMEs IN THE CITY GUAYAQUIL.

Autores:
Henry Giovanni Ortega Avilés
hortega40@hotmail.com

Xavier Iván Espinoza Herrera
xespinoza@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se basó en la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de sostenibilidad organizacional y financiera en las PYMES de la ciudad de Guayaquil, el cual se tuvo como problemática que las empresas no implementan la RSE; como objetivo general de esta investigación se realizó un análisis de la RSE, basado en la norma ISO 26000 RS y en la literatura; además se investigaron los factores que motivan a las empresas a la aplicación de la RSE.

En cuanto a la metodología, en el enfoque se empleó el método cualitativo; la idea a defender fue acerca de la aplicación de la RSE en las empresas PYMES y su aporte a las mismas en materia de sostenibilidad organizacional y financiera, también se realizó una encuesta a 8 PYMES que aplican la RSE en Guayaquil, de lo cual se evidenciaron las ventajas y beneficios de su aplicabilidad, y de acuerdo a esto, se desarrolló un plan de cumplimento general para las PYMES de la ciudad de Guayaquil en el cual se diseñaron metas, objetivos, acciones a realizar, tiempos y responsables.

Palabras claves: PYMES, responsabilidad social, ética y sociedad.

ABSTRACT

This research project was based on Corporate Social Responsibility as a strategy of organizational and financial sustainability in SMEs in the city of Guayaquil, which had as a problem that companies do not implement CSR; As a general objective of this research, an analysis of CSR was carried out, based on the ISO 26000 RS standard and the literature; In addition, the factors that motivate companies to apply CSR were investigated.

Regarding the methodology, the qualitative method was used in the approach; The idea to defend was about the application of CSR in SME companies and their contribution to them in terms of organizational and financial sustainability, a survey was also carried out on 8 SMEs that apply CSR in Guayaquil, which was evidenced the advantages and benefits of its applicability, and according to this, a general compliance plan was developed for SMEs in the city of Guayaquil in which goals, objectives, actions to be carried out, times and managers were designed

Keywords: SMEs, social responsibility, ethics and society.

INTRODUCCIÓN

Es importante abordar este tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como estrategia de sostenibilidad organizacional y financiera en las PYMES de la ciudad Guayaquil, porque la RSE es una herramienta necesaria para el desarrollo, tanto de la empresa como del personal que labora en ella, además de ser algo inherente a la organización, se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, la cual se ocupa de que sus operaciones sean sustentables, por lo que es de suma importancia analizar el impacto social que genera este tema en el ámbito de las PYMES guayaquileñas.

"La RSE, es la capacidad de entender y dar respuesta al conjunto de solicitudes que los diversos grupos que constituyen el entorno hacen a la empresa." (Calderón, 2016), por lo que es necesario que este tema sea analizado para llegar a conocer los antecedentes de la RSE en el país, el compromiso que tienen las PYMES Guayaquileñas en la actualidad, y el impacto actual tanto en temas internos como externos.

La Responsabilidad Social es un movimiento que apareció en la década del 30, incluso en los 60, para evolucionar a partir de la década de los 90, caben destacar algunos acontecimientos de los últimos años como el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, el desarrollo acelerado de las TIC´s , la conciencia ecológica y ambiental, el bajo nivel de vida de los habitantes, el descongelamiento de los glaciares entre otros; cabe destacar que existen ciertos organismos de internacionales que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la Responsabilidad Social, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino. Dentro de los más destacados se podría citar los siguientes: Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global, World Business Council for sustainable development.

Muchas empresas y Multinacionales están comenzando a exigir poco a poco a sus proveedores no sólo que les ofrezcan precios competitivos, sino que además respeten los derechos humanos, medio ambiente y las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, además, los consumidores valoran y prefieren a aquellas empresas que poseen certificaciones internacionales tales como:

- ISO 9000 – Sistema de Gestión de Calidad.
- ISO 14000 – Sistema de Gestión Ambiental
- ISO 26000 – Responsabilidad Social.
- IFS – International Food Standard.
-

Dentro del planteamiento del problema se tiene que en la actualidad las empresas no implementan la RSE porque encuentran que no es rentable gastar recursos en acciones que no van a representar ingresos netos a la misma, además, el no contar con una política de RSE se puede incurrir en políticas deficientes de remuneraciones a los trabajadores, participaciones en actividades de corrupción, prácticas no amigables con el medio ambiente, producción de productos poco saludables, entre otros; es por esto que surge la necesidad de abordar este tema, ya que la importancia radica en que se debe tener un manejo adecuado

de la RSE dentro de las empresas con sus colaboradores y la sociedad, ya que esto ayudará a la organización a lograr que alcance sus objetivos.

Para llegar al objetivo será fundamental que las empresas aprendan a analizar los efectos que causan en la sociedad, para que puedan responder satisfactoriamente a metas relativas a responsabilidades económicas, sociales y medioambientales.

Los resultados que se esperan es que existan mejoras de las empresas guayaquileñas en las estrategias de sostenibilidad organizacional y financiera para que logren ser más competitivas no a cualquier costo, sino más bien respetando y promoviendo el progreso de las personas con las que se labora, de la sociedad y del entorno.

La pregunta problémica para el presente proyecto de investigación científica es la siguiente: ¿Cuál es el impacto en la sostenibilidad organizacional y financiera de implementar la RSE como estrategia competitiva en las PYMES de la ciudad Guayaquil?

El objetivo general de la investigación es analizar la RSE como estrategia de sostenibilidad organizacional y financiera en las PYMES de la ciudad Guayaquil, además dentro de los objetivos específicos se plantearon los siguientes: revisar la Norma ISO 26000 RS como modelo de gestión y su importancia como factor de competitividad y diferenciación de los mercados, investigar los factores que motivan a las empresas a incorporar la práctica de RSE y describir los resultados obtenidos por parte de las PYMES luego de implementar el modelo de RSE en aspectos financieros y sociales.

Es necesario abordar el tema puesto que la RSE es la proyección de la empresa dentro del mercado, como lleva acabo sus actividades, y debido a la presión ejercida por los grupos sociales, es necesario analizar cada punto respecto a este tema ya que es fundamental que las compañías retribuyan a la sociedad todo lo que sus actividades causen como impacto, lo que se busca es encontrar la forma de contribuir de la mejor manera al país a través de la práctica de una RSE, justa y equilibrada, ya que las organizaciones que demuestren su compromiso con la sociedad tienden a tener una mejor reputación dentro del mercado.

El aspecto innovador de este trabajo es lograr implementar la RSE como estrategia en las empresas para que esta sea un elemento diferenciador y como una ventaja competitiva de las PYMES de la ciudad de Guayaquil, para de esta manera contribuir de manera sustentable al desarrollo de la sociedad.

El tipo de investigación utilizado fue la exploratoria, que tiene por “objeto esencial, familiarizarse con un tema desconocido, novedoso o escasamente estudiado, es el punto de partida para estudios posteriores” (Behar, 2008), es por esto que se utilizará para analizar la estrategia de sostenibilidad organizacional y financiera en las PYMES; además se utilizó el método de investigación descriptiva “sirve para analizar un fenómeno, su manifestación y sus componentes, permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de sus atributos” (Behar, 2008), en tal sentido se empleará al momento de realizar encuestas y entrevistas a empresas y grupos de expertos.

DESARROLLO

La RSE es un elemento que esta inherente a la empresa, pero se ha convertido en un mecanismo de gestión y de negocio en el que las empresas realizan operaciones sustentables

en el aspecto económico, lo social y lo ambiental. Buscando los intereses de los distintos grupos de colaboradores para desarrollar la comunidad organizacional dentro de la empresa donde permita un amplio dialogo, interacción interna. La responsabilidad social es un campo basto, pero desde una perspectiva sistemática y amplia, es necesario que incorpore dentro de los procesos de gestión e integral de las estrategias de la empresa como un negocio o del sistema de planificación interna. (Calderón, 2016); es una visión que integra los valores éticos, el respeto del personal, la comunidad y el medioambiente con la gestión de la misma empresa, independiente de la actividad que realice porque dentro de una corporación, compañía o empresa, debe de prevalecer y mantener la sustentabilidad y la preservación del ambiente laboral.

Es un compromiso consciente y congruente para cumplir íntegramente con la finalidad y objetivo de la empresa de manera interna como externa, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de los participantes quienes forman la empresa y de quienes se integran en el día cotidiano demostrando una construcción para el bien común.

La responsabilidad social empresarial contiene dimensiones integrales que implica el análisis y la definición del alcance de la organización permitiendo entender y agrupar por niveles de responsabilidad. Las dimensiones son: económica interna que consiste en la generación y distribución del valor agregado entre los colaboradores y accionista de las condiciones del mercado basándose en la equidad y justicia.

La económica mixta que trata de la distribución de bienes y servicios útiles, rentables para la comunidad que aportan a la contribución positiva; la dimensión social interna consiste en la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionista y demás encargados de fomentar el ambiente laboral.

La finalidad del modelo de Responsabilidad Social en Latinoamérica es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de todos los intervinientes en la cadena productiva, y esto se obtiene a través de los siguientes sectores: La ciudadanía, se apodera de este proceso, cuando no ejerce una función de simple espectador sino más bien exige a las empresas mejores productos que le aporten un valor agregado a su desarrollo, un claro ejemplo son los alimentos nutricionales que contienen proteínas o vitaminas adicionales, también cuando el consumidor recoge productos cuya manufactura ha sido legalmente contratada y no infringe principios internacionales de trabajo forzoso o infantil, y además cuando los consumidores exigen que los procesos de elaboración de los productos haya sido ambientalmente sostenible o menos contaminantes.

El estado, que debe tener la finalidad de dedicarse exclusivamente a regular, promocionar y generar el ambiente correcto para una inversión extranjera o nacional segura, por medios de las distintas funciones del estado que por lo general cada estado tiene tres funciones: Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y de esta manera generar el espacio adecuado para que el sector privado puede aumentar plazas de trabajo a través de inversionistas justos, buscando la rentabilidad económica, social y ambiental, constituyéndose en un perfecto aliado para el Estado, este debe crear mecanismos de control eficientes, ajustados a la realidad socioeconómica del país.

El inversionista y la empresa, estos son agentes primordiales que dinamizan el aparato productivo y lo mantienen en un clima de sana y justa competencia; además es necesario e

importante enseñar a los futuros ejecutivos que en la Responsabilidad Social reside un nuevo sistema de gestión, el mundo cambió y la forma de hacer negocios también.

Por otra parte, es necesario indicar que la ética que se aplicaba en las empresas era como de actor institucional que busca mostrar la confianza depositada en la empresa en base racionales que apoyan el dialogo aplicado en su actividad. Se suponía que la confianza era necesario para mantener y mejorar la red de relaciones que integra la empresa, pero no es un sistema analítico de las condiciones o presupuestos de confianza que nos aclare los elementos que componen los factores que producen su generación y desarrollo.

La reflexión ética nos permite identificar los activos intangibles que mueven la empresa y que, por lo general, pasan inadvertidos en los enfoques económicos o sociológicos. La propuesta de incluir los recursos morales para definir y analizar las capacidades, valores y normas morales para establecer un compromiso y crear un mecanismo informal de coordinación de acción en base de recursos morales que generen confianza constituyendo la ética empresarial como una propuesta de gestión ética y no estrategia de confianza.

La aplicación de esta concepción como ética aplicada no resultaba una justificación favorable porque no lograban obtener el valor moral del dialogo, se requería profundizar la práctica empresarial y averiguar la realidad de la empresa para determinar si es alcanzable o no este mecanismo para lograr el objetivo interna de la empresa un mejor rendimiento empresarial. (Marza, 2015)

La norma ISO 26000 es una guía que no es de carácter certificable, pero se basa en incorporar sus principios a las políticas y cultura de las empresas para que se integren en sus objetivos y logren un mismo fin. (ISO 26000, 2010), tiene como objetivo direccionar a tipo de organización en los principios y prácticas relacionadas para lograr un desarrollo sostenible.

La implementación de esta norma es una herramienta para mejorar la eficacia y eficiencia de las organizaciones regionales y los organismos encargados de la implantación y uso de la responsabilidad social empresarial en los distintos países, pero siguiendo la misma norma sin importar el lugar donde se adopte la ISO 26000.

Contribuir como herramienta en la transparencia del sistema de gobierno y en la industria de su sistema. Su implementación beneficia a la sociedad en los procesos, productos y servicios basados en prácticas económicamente viables, ecológicas y socialmente justa. Proporcionándole oportunidades a las organizaciones para lograr ventaja competitiva sostenible.

Ahora bien, en cuanto a las PYMES, estas son pequeñas y medianas empresas desempeñadas en la industria nacional porque las empresas de mayor capacidad se crean para una expansión de las industrias. Son unidades económicas de producción que se enfocan por la organización y coordinación de una serie de factores como el capital y la actividad de producción que persigue un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado. (Flores, 2017); estas pequeñas y medianas empresas son un sector clave dentro del desarrollo productivo de los países, aporta directamente a la generación de fuente de trabajo y a su vez, el aseguramiento de la oferta de los productos

básicos. Se convierten en un espacio de la producción nacional tanto financiero como no financiero de todos los actores públicos y privados. (Jaramillo, 2018)

Son empresas con mayor capacidad de creación de plaza laboral y a su vez, vulnerables a las condiciones del mercado mayor que las grandes empresas porque su resistencia en el precio o la cantidad es baja. Sin embargo, son más dinámicas y flexibles para adaptarse a los cambios del mercado por lo que son de estructura menos rígida que las grandes empresas.

En Argentina, las PYMES manejan altos niveles de acumulación de capital humano empresarial con otros países de desarrollo industrial; crean la reestructuración económica basada en sus propios recursos como empresa generando mayor productividad en comparación con otras grandes empresas. Sin embargo, su actualización tecnológica no es proporcional con el nivel de inversiones que generan; a su vez, no manejan redes empresariales y tienen un excesivo manejo de centralización de la gestión y no tienen un acceso a servicios externos de consultoría y capacitación; no manejan un acceso de financiación y la conducta exportadora es muy débil. (Lavarone, 2017)

En Ecuador, las PYMES al momento de considerar la cadena de producción y comercialización en el sector de actividad económica se las consideras como alta relevancia porque las estrategias diseñadas desde la perspectiva empresarial o desde la política pública, se encuentran dentro de la estructura productiva nacional.

Estas empresas deciden ofertar productos que se dirigen a satisfacer las necesidades básicas de las personas dentro del segmento del mercado al que se dirigen sería el nacional con programas diseñados para la creatividad e innovación de incrementar el nivel de servicios que producen; siendo su efecto positivo al contar con productos de la matriz nacional que otras empresas no poseen. (Araque, 2015)

De acuerdo a un informe de la CEPAL (2018), se determinó la importancia de las pequeñas y medianas empresas para el desarrollo de programas de crecimiento de la economía general. La presencia de estas empresas ha generado un crecimiento en la economía del Ecuador se las considera como columna vertebral de la economía nacional. Aportan a la producción y empleo, garantizando una demanda sostenida y un progreso de la sociedad.

Las PYMES son elementos clave para plaza laboral en el Ecuador debido a la iniciación de las empresas con una pequeña inversión inicial. Conservan el capital interno de su propia organización de socios; su forma de institucionalización es de persona natural obligada a llevar contabilidad; tiene un limitado acceso a créditos y financiamientos, dificultad para incrementar procesos de desarrollo tecnológico; escasa capacitación en dirección y administración.

En cuanto a la metodología de la investigación empleada, el enfoque del presente trabajo se encamino a los métodos de investigación exploratorio y descriptivo que permitieron analizar los aspectos por los cuales se podría implementar la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de sostenibilidad organizacional y financiera en las PYMES de

Guayaquil, para esto además se utilizó el método de análisis cualitativo que permitió realizar encuestas a empresas PYMES de Guayaquil que aplican RSE.

El análisis cualitativo se utilizó en este estudio para tener una exactitud referente a las encuestas realizadas a 8 empresas PYMES que son las únicas que aplican RSE en la ciudad de Guayaquil, de acuerdo al Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. (CERES, 2018)

La idea a defender gira en torno a que, si se analiza la aplicación de la RSE en las empresas PYMES y su aporte a las mismas en materia de sostenibilidad organizacional y financiera, relación empleador-colaborador y empresa-usuario, aporte al medio ambiente y a una mejor productividad, entonces se podrían identificar la importancia, beneficios y ventajas de su aplicabilidad.

Dentro de las variables, se tuvo la independiente: la Implementación de la RSE, y la dependiente: Mejoras de la sostenibilidad organizacional y financiera.

Para el universo y muestra se consideró como población de estudios a 8 empresas (Fundación Huancavilca, Kruger, Moderna de Alimentos, Conservación Internacional, Navent, Seguros Confianza, Aldeas Infantiles SOS y Plan Internacional), de la ciudad de Guayaquil, en la categoría de PYMES perteneciente a la red del consorcio ecuatoriano para la responsabilidad social (CERES), las cuales son las únicas de la ciudad de Guayaquil que han aplicado la norma ISO 26000 (RSE).

De acuerdo al Instituto Ethos y el Centro de Divulgación del Conocimiento Económico (2015), establecen los siguientes indicadores de medición de RSE:

- Adoptar valores y trabajo con transparencia.
- Valorizar al público interno.
- Aportar al medio ambiente.
- Involucrar tanto a socios como proveedores.
- Protección a clientes y consumidores.
- Promover a la comunidad o sociedad.
- Compromiso con el bien común. (Instituto Ethos, 2015)

Estos indicadores fueron la base para poder desarrollar con un criterio adecuado las preguntas de la encuesta, a la que se sometieron las organizaciones PYMES.

De lo observado en el análisis realizado a las empresas PYMES de Guayaquil, se pudo verificar que existen múltiples ventajas al aplicar la RSE, puesto que evidenciaron porcentajes altos en cuanto a fidelidad o lealtad del cliente hacia la empresa y atracción de clientes, los agentes a los que contribuyen en su mayoría son los usuarios y la sociedad, se práctica el ahorro de recursos como la energía y el agua, cuestiones que contribuyen al presente proyecto de investigación puesto que se demuestra que se pueden obtener beneficios y ventajas al momento de aplicar la RSE como estrategias de sostenibilidad organizacional y financiera.

En la ilustración 1 se puede identificar los niveles de cumplimento generales de la RSE, se puede verificar que el nivel más bajo guarda relación con el medio ambiente con un 18%,

otro de los niveles bajos es el de sostenibilidad con un 51%, el de relación con proveedores con 56% y compromiso con los colaboradores con un 58%, por otra parte, el nivel más alto es el de calidad de servicio con un 98%, seguido de productos de calidad con el 90% y el aporte a la sociedad con el 76%.

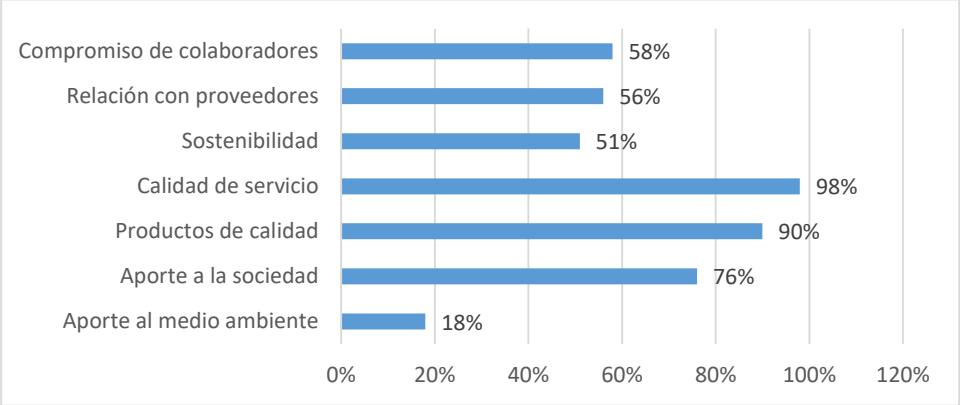


Ilustración 10 Nivel de cumplimiento generales de aplicación de la RSE
Fuente: Encuesta realizada a empresas PYMES que aplican RSE en Gye.
Elaborado por autor

El autor considera que la propuesta va en función de cumplir el objetivo del presente proyecto de investigación, aplicando los preceptos de la RSE en las PYMES del sector de Guayaquil, con esta propuesta se busca fortalecer los objetivos de cada corporación para que se puedan implementar los principios de la RSE tales como ambientales, sociales y económicos para que exista un beneficio tanto para las PYMES como para los clientes y la sociedad.

Al implementar la norma de la responsabilidad social en cada una de las empresas productivas e internas que gestionan la producción, se ayudaría a incrementar la eficiencia y la productividad de las organizaciones al canalizar este sistema en sus políticas y en su operatividad.

De acuerdo a la revisión literaria y el análisis de los resultados, se determina que para aplicar la RSE como estrategia de sostenibilidad organizacional y financiera, y cumplir con los objetivos del presente proyecto, se debe aplicar el plan de cumplimiento las 8 PYMES (Fundación Huancavilca, Kruger, Moderna de Alimentos, Conservación Internacional, Navent, Seguros Confianza, Aldeas Infantiles SOS y Plan Internacional), de la ciudad de Guayaquil, en la categoría de PYMES perteneciente a la red del consorcio ecuatoriano para la responsabilidad social (CERES); las directrices son las siguientes:

METAS

Las metas a las que se desea llegar, en base a los bajos porcentajes de ciertos indicadores analizados en el capítulo anterior, son las siguientes:

- Minimizar el impacto ambiental y brindar un mayor aporte al medio ambiente.
- Mejorar el compromiso con los colaboradores.
- Potenciar las relaciones con los proveedores.
- Seguir trabajando en productos y servicios de calidad, aportes a la sociedad.
- Una de las metas principales es que la RSE en general se la emplee como una estrategia de sostenibilidad.

OBJETIVOS

- Diseñar planes en donde participen todos los trabajadores de las empresas, acerca de su manera de actuar frente a la RSE y la relación de esto con el cliente.
- Concientizar a los colaboradores en temas ambientales puesto que este es un pilar fundamental en la RSE.
- Extender el compromiso de RSE a socios y proveedores de la empresa.
- Implicar a la comunidad a la comunidad.

ACCIONES A REALIZAR

- Implementar en las empresas PYMES indicadores en donde se pueda cuantificar la aplicación de la RSE.
- Impulsar la ética empresarial como principio fundamental de respeto y valoración tanto a los clientes como al lugar de trabajo y hacia los integrantes de la empresa.
- Realizar capacitaciones trimestrales a los colaboradores de la empresa sobre temas de RSE y su aplicación en el giro del negocio, buscando la finalidad que su manera de trabajar refleja lo que el cliente percibe del negocio.
- En materia ambiental gestionar residuos adecuadamente y optimizar el consumo de recursos como la luz, agua y materiales de oficina; llevar un control sistemático del consumo de energía, papel y producción de residuos.
- En cuanto a los colaboradores se deben realizar acciones encaminadas a garantizar la igualdad de oportunidades laborales y la no discriminación; además se debe desarrolla un sistema de gestión del cumplimiento de objetivos, y es necesario incluir las opiniones y sugerencias de los trabajadores; también es necesario aplicar medidas ergonómicas y códigos de conducta.
- En cuanto a los proveedores es necesario homologar los productos de compra de acuerdo a los criterios ambientales establecidos además de implantar un código de ética de compra a proveedores y un sistema de evaluación de proveedores.
- Para mejorar el vínculo con la comunidad, se debe desarrollar un sistema de comunicación para que los usuarios del servicio o producto puedan emitir sus criterios y sugerencias, además se debe elaborar un plan de acción social en el cual se realicen actividades como donaciones o implementar productos de alcance para personas de escasos recursos.

RESPONSABLES

Los responsables de desarrollar este plan de cumplimiento deben ser los gerentes y supervisores de las 8 PYMES (Fundación Huancavilca, Kruger, Moderna de Alimentos, Conservación Internacional, Navent, Seguros Confianza, Aldeas Infantiles SOS y Plan Internacional) analizadas, los cuales a su vez tienen que realizar comisiones integradas por todos los colaboradores.

El tiempo recomendable para este plan de cumplimiento es de 1 año, con revisión bimestrales de los objetivos para verificar el verdadero cumplimiento y poner énfasis en las actividades que tengan falencias.

CONCLUSIONES

En cuanto a la literatura se realizó una revisión de la RSE desde sus antecedentes en la década del 30 hasta el 60, luego se verificó el tema de la ética, lo cual, a opinión del autor, es un pilar y base fundamental de la RSE, puesto que actuar con ética siempre va a arrojar resultados positivos; otro aspecto tratado en el capítulo del marco teórico fue la norma ISO 26000 la cual sienta las bases para la implementación de la RSE.

De acuerdo a la recopilación de información mediante encuestas realizadas a empresas PYMES que aplican la RSE en la ciudad de Guayaquil, se pudo determinar una ventaja importante la cual es tener gran cantidad de clientes fieles a la empresa y un aumento de la productividad, directrices vitales en una organización o negocio puesto que, sin clientes ni colaboradores, no existirían estas últimas.

Además de acuerdo a la información recabada, se pudo evidenciar que son pocas las empresas PYMES que aplican RSE en la ciudad de Guayaquil, además de identificar factores en los que aún no se obtienen ventajas de la aplicación de la RSE como la disminución de costos.

Es necesario indicar que se diseñó un plan de cumplimiento que se debe aplicar a las empresas estudiadas, el cual está enfocado a que las PYMES lo puedan poner en práctica, este plan trata puntos generales como el aporte con el medio ambiente, la relación con colaboradores y proveedores, estos son indicadores que de acuerdo a la encuesta realizada tienen un margen menor de cumplimiento, y es sobre los cuales se debe poner énfasis sin dejar de potenciar los puntos altos de la práctica de RSE que tienen al momento las PYMES encuestadas tales como servicios y productos de calidad.

Finalmente, la RSE es una ventana abierta para aplicarla como estrategia de sostenibilidad en las PYMES puesto que como se verificó, en la práctica se pueden obtener beneficios y ventajas para las empresas.

RECOMENDACIONES

En las estrategias de operación y de gestión de las empresas medianas y pequeñas se incorporen políticas basadas en los pilares fundamentales de la RSE social que se enfocan en tres ejes: ética, talento humano y medio ambiente.

Al ser las PYMES unas organizaciones de alto nivel de desarrollo industrial son consideradas estructuras económicas que tienen niveles de inversión que pueden superar sus debilidades con ayuda de financiamiento por parte del Estado que permita tener el acceso que tiene limitado en la parte exportadora como de capacitación y financiación.

El estado debería promover políticas públicas para incentivar la aplicabilidad de la RSE en el país, a través de exenciones tributarias, puesto que de esa manera se podría lograr empresas con alto grado de sostenibilidad y además la sociedad ecuatoriana se vería beneficiada.

Es necesario que el estado y los representantes de las empresas privadas realicen capacitaciones explicando los beneficios de aplicar la RSE, puesto que se evidenció un desconocimiento grande en la población ecuatoriana.

Finalmente se recomienda a las empresas PYMES de Guayaquil poner en práctica el plan de cumplimiento desarrollado en el presente proyecto de investigación, puesto que tiene pautas generales que pueden ser aplicadas a cualquier giro de negocio.

BIBLIOGRAFÍA

Araque, W. (2015). *Las pymes y la situacion actual*. Obtenido de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf

Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación.* Bogotá: Editorial Shalom.

Calderón, J. F. (2016). *El concepto de responsabilidad social empresarial.* Mexico: Cemefi.

Cardenas, J. A. (s.f.). *Etica en las Organizaciones.*

CEPAL. (2018). *Comision economica para america laina y el caribe*. Obtenido de https://www.cepal.org/es/publicaciones/4097-sistemas-proteccion-social-america-latina-caribe-ecuador

CERES. (2018). *redceres*. Obtenido de http://www.redceres.com/biblioteca

Corresponsables Observarse Fundacion. (2017). Obtenido de https://ecuador.corresponsables.com/actualidad/empresas-reciben-reconocimiento-rse-mexico

Flores, R. (2017). *Pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/estl/LI_AdmninEst/Ruth_Flores/caracterizacion_gral_pymes.pdf

Gudiño, R. C. (2017). *Aportaciones de las pequeñas y medianas empresas de la economia ecuatoriana* . Obtenido de https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf

Instituto Ethos. (2015). *Conceptos básicos e indicadores de Responsabilidad Social Empresarial.* Caracas: Ethos.

ISO 26000. (2010). *Guia de responsabilidad social*. Obtenido de http://americalatinagenera.org/newsite/images/U4ISO26000.pdf

Jaramillo, W. A. (2018). *Caracterizacion de la Pyme ecuatoriana.* Obtenido de http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Caracterizacion%20de%20la%20PYME%20Ecuatoriana.pdf

Lavarone, P. G. (2017). *Costo por ordenes de produccion: aplicacion de la industria planificadora*. Obtenido de http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5230/iavaronitrabajodeinvestigacion.pdf

Marza, D. G. (2015). *Etica Empresarial del dialogo a la confianza.* Trotta.

Ortega, C. (2011). *Responsabilidad Social Corporativa.* Samborondón: UEES.

020. LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU EFECTO EN LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIDAD EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN.

Autores:

Ing. Joyce Nicolle Muñoz Macías
Ingeniera en Administración de empresas
Universidad Tecnológica ECOTEC - ECUADOR
joycenicolem@gmail.com

Ing. Yadira Mariuxi Armas Ortega, MGS.
Docente titular
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC - ECUADOR
yarmas@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Metas, gente y estructura, son considerados como elementos clave en una organización, sin los cuales, la misma difícilmente podrá existir. Son los colaboradores quienes nutren de capital de intangibles a la empresa y en la medida de su aporte los resultados organizacionales pueden ser destacables, o no. De allí que el objetivo principal de esta investigación es analizar la gestión del conocimiento y su efecto en la calidad educativa de la Unidad Nuestra Señora del Carmen, con el fin de identificar claramente las deficiencias relacionadas al manejo de información y gestión del conocimiento dentro de la institución. Para ello, se realizaron encuestas y entrevistas al área docente en las que se valoró tanto la forma en la que se gestiona el conocimiento dentro de la unidad objeto de estudio, como el impacto que ello tiene en la calidad educativa que imparten. La información recabada permitió analizar aspectos relevantes como: procesos de transferencia de conocimientos; necesidades de capacitación: manifestación de capital intelectual proveniente de los docentes; entre otros; reconociendo así varias falencias en la conversión del conocimiento de tácito a explícito, ante lo cual se propone un plan de mejoras dirigido a subsanar las fallas en la gestión del conocimiento detectadas.

Palabras Clave: Conocimiento, calidad, gestión del conocimiento, calidad educativa.

INTRODUCCIÓN

Para (Aguilera Luque, 2017) la gestión del conocimiento, comúnmente identificada como GC, se entiende como el proceso transformador de un activo individual a un activo organizacional; es considerada como una disciplina orientada a potenciar, integrar procesos y generar innovación en las organizaciones a través de acciones como recuperar, reutilizar, crear, trasferir e intercambiar el conocimiento. La gestión del conocimiento se ha convertido en una práctica a nivel científico muy importante por ser multidisciplinar y dinámica, aplicable a diversos ámbitos; sin embargo, en este documento se lo abordará desde la perspectiva del ambiente educativo, teniendo en cuenta que los centros de educación son organizaciones dedicadas a enseñar y mejorar el desarrollo de sus estudiantes a nivel académico.

En el Ecuador, los centros educativos se han enfrentado al cambio de la gestión del conocimiento más que cualquier otra organización; para finales del 2006, en el país se configuraron ocho políticas acogidas en el Plan Decenal de Educación, el mismo que fue aprobado por la ciudadanía con el objeto de focalizar la gestión del Estado hacia una mejor la calidad educativa, proceso que ha sido continuo y ha generado un sin número de modificaciones en las instituciones de educación. El Plan Decenal de Educación vigente en la actualidad corresponde al periodo 2016- 2025.

La Unidad Educativa objeto de este trabajo investigativo, tuvo sus inicios en diciembre 12 de 1994, está ubicada en Ecuador al norte de la ciudad de Guayaquil, en la ciudadela Albonor. Cuenta con 36 profesionales en la planta docente fija, 4 de ellos a cargo de la enseñanza de la lengua inglesa y 3 dedicados al área de deportes. Atiende a 1100 estudiantes en los niveles de estudio de educación inicial y básica, y está dirigida a niveles económicos medios y medios bajos, los cuales son predominantes en el sector.

Considerando que las escuelas son la parte de la sociedad orientada a otorgar saberes como base para el desarrollo social, económico y cultural de un grupo de personas más maduras, éstas no pueden estar ajenas a implementar acciones de gestión del conocimiento. De allí que la pregunta problémica planteada para el presente trabajo investigativo es ¿De qué manera la gestión del conocimiento incide en la calidad educativa de la institución? Por ende, el objetivo de la investigación fue analizar los procesos de gestión del conocimiento que maneja la institución y su efecto en la calidad educativa. Para ello se requirió determinar los fundamentos conceptuales relacionados a la gestión del conocimiento y calidad educativa, así como valorar los procesos de gestión del conocimiento que se manejan actualmente en la institución con el fin de identificar fortalezas y oportunidades de fortalecimiento que permitan finalmente diseñar un plan de mejoras que busque optimizar la gestión del conocimiento en la institución objeto de estudio.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para profundizar en materia de Gestión del Conocimiento, es necesario tener claro conceptos como:

- Información: “Acción y efecto de informar”, entendiéndose esta como “enterar o dar noticia de algo” (Real Academia Española, 2014)
- Conocimiento: Se concibe como “Información valiosa y subjetiva que ha sido validada y organizada en un modelo mental, que permite a las personas darle sentido a su mundo,

que procede de sus experiencias, percepciones, convicciones y valores" (Hernández Forte, 2016). La Real Academia Española, lo define como la "acción y efecto de conocer", como el "entendimiento, inteligencia, razón natural". Entender es tener la idea clara de algo, haberle dado sentido a lo que se conoce.

- Capacidad de aprendizaje: "Potencial dinámico de creación, asimilación, difusión y utilización del conocimiento, por medio de numerosos flujos de conocimiento que hacen posible la formación y evolución de las memorias organizacionales. (Garzón Castrillón & Fisher, 2008)

Es decir, se entiende que el conocimiento es "el resultado del procesamiento de la información que permite crear valor agregado y posibilita el real desarrollo de las organizaciones" (Almeida Ruiz, 2012). Dentro de éste contexto, desde el nuevo milenio y con la llegada de la tecnología cada vez más moderna, el crecimiento de la información ha sido exponencial, tanto es así, que las organizaciones han debido someterse a cambios de manera constante, encontrando maneras innovadoras que le permitan, organizar, generar y aplicar este intangible.

La Gestión del Conocimiento se entiende como el "Proceso de captar, desarrollar, compartir y utilizar efectivamente el conocimiento organizativo". (Hernández Forte, 2016). Esto implica que el conocimiento va más allá de la simple información, pero para que éste adquiera un verdadero significado, es necesario desarrollarlo y compartirlo de manera efectiva a través de procesos que hoy denominamos gestión de conocimiento. Para (Arboníes, 2006), "La Gestión del Conocimiento es la función que planifica, coordina y controla los flujos de conocimiento que se producen en la empresa en relación con sus actividades y con su entorno, con el fin de crear competencias esenciales".

Antecedentes de la Gestión del Conocimiento

Durante la era de la industrialización clásica (1900-1950) el hombre fue considerado como un apéndice de la máquina el cual debía producir para la empresa dentro de una estructura piramidal; posteriormente, en la industrialización neoclásica (1950-1990) éste pasa a ser reconocido como un recurso y como tal, debía ser administrado. Conforme los paradigmas van evolucionando en la sociedad, el papel del ser humano al interior de las empresas, se aprecia y adopta una nueva concepción. Poco a poco el capital intelectual, relacionado con el aporte del conocimiento de las personas, supera al capital financiero; estos cambios se hicieron evidentes durante la era de la información e inicios de la era del conocimiento (1990-al presente).

Peter Drucker, fue el primer hombre en emplear el término "Kwnoledge worker", haciendo referencia a la experiencia de las personas que conforman una empresa. Para la Organización Latinoamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores (OLACEFS, 2007) la Gestión del Conocimiento se define como "la gestión de los activos intangibles que generan valor para la organización", estos intangibles son generados por las personas. Gestionar conocimiento en una organización tiene además como fin el "transferir el conocimiento desde el lugar dónde se genera hasta el lugar en dónde se va a emplear, e implica el desarrollo de las competencias necesarias al interior de las organizaciones para compartirlo y utilizarlo entre sus miembros, así como para valorarlo y asimilarlo si se encuentra en el exterior de estas" (Fuentes Morales, 2010)

Son varias las precisiones derivadas sobre el estudio de la gestión del conocimiento a lo largo del tiempo, entre estas se plantean: a) Un conocimiento en cuanto más codificable y fácil de enseñar sea, mayor será su transferencia interna (Zander & Kogut, 1995); b) Las alianzas entre empresas se convierten en una idea positiva para transferir conocimiento estratégico (Inkpen, 2018); c) El conocimiento puede ser tácito o explícito. Tácito, aquel acumulado en base a nuestra propia experiencia e intercambio social y explícito aquel adquirido a través de diferentes metodologías, libros, internet, etc. y que puede ser almacenado y documentado, (Almeida Ruiz, 2012), d) Retener a los empleados que son clave para la empresa, resulta vital, en virtud de sus conocimientos (Ranft & Lord , 2000).

Modelos y fases de la Gestión de conocimiento

Existen varios modelos sobre la Gestión de Conocimiento, entre los más reconocidos están: El modelo de Wiig, desarrollado durante 1993 y basado en el desarrollo de proyectos que buscan el mejoramiento de las estructuras organizativas, a través de la modelación de procesos de trabajo y creación de equipos de colaboración. También busca reconocer cuales son los requerimientos de conocimiento para luego implementarlos y obtener sistemas de trabajo de calidad (Hernández Forte, 2016).

El modelo que presenta Boisot en 1995 acerca del Espacio de Información (aunque menos reconocido), trata sobre la teoría de la comunicación, la efectividad y el movimiento de la información a gran medida a través de la codificación, la abstracción y la difusión. En 1996, Meyer y Zack, proponen otro modelo que postula como base del conocimiento la adquisición de información, agregar valor, almacenarla, distribuirla y presentarla. (Hernández Forte, 2016).

Finalmente, el modelo utilizado para el presente trabajo investigativo es el de Bukowitz y Williams, 1999, quienes propusieron una alternativa que define las estrategias para la construcción, descarte y enriquecimiento de los activos cognitivos.

El modelo consiste en siete operaciones que se resumen de manera general en:

1. La obtención de información: realizada en una primera etapa donde se busca toda la información que se requiere para la toma de decisiones o la innovación que resuelve un problema. Satisface a la mayor pertinencia y se basa en la precisión y completitud de información
2. La utilización de información: Procesar toda la información obtenida en el paso anterior. En este paso se asocia, combina para luego crear conocimiento.
3. Aprendizaje: Determina el resultado del paso anterior. Se crea el conocimiento.
4. La contribución: Empieza la segunda etapa y se aumenta la dificultad de operaciones. Aparece el colectivo, por tanto, el resultado y calidad del aprendizaje se añade a la memoria organizativa.
5. La evaluación: Proceso que identificará qué componentes del conocimiento son válidos, utilizando métricas para reconocer cómo crece el capital cognitivo.
6. La construcción: Garantiza seguridad y competitividad de la empresa, invierte recursos para vencer el contexto de la referencia
7. El mantenimiento y el descarte: Mantiene la base del conocimiento, lo actualizado y lo pertinente que se relacione con las estrategias que la empresa necesita.

Gestión del Conocimiento en el Ámbito Educativo

Un centro educativo considera, en la labor docente dos aspectos primordiales. Primero: conocer cómo, el identificar la acción para la acción implica distinguir entre el saber previo del docente, el conocimiento que ya posee, y el que está siendo incorporado por la gestión de conocimiento; es decir, que acciones se están implementando para generar nuevas acciones o conductas y por ende nuevos resultados. Segundo, el desempeño a través del aprendizaje, una vez reconocidos los conocimientos nuevos, se constata si es capaz de lograr o producir resultados que podrán verse reflejados en el incremento de capital intelectual y por ende en la evaluación del desempeño. Una vez concluido el ciclo, el centro educativo puede identificar si hay algo que corregir, mejorar o simplemente modificar.

De acuerdo a (Hernández Forte, 2016) conocer las condiciones del conocimiento actual es el primer peldaño para un diseño de gestión de conocimiento; en opinión de este autor, esta concepción es totalmente acertada, pues generar cualquier proceso de cambio es improbable sin antes conocer un diagnóstico que evidencie las necesidades de fortalecimiento iniciales. Es decir, para ser capaces de idear los instrumentos y medidas necesarias a emplear por los trabajadores, es necesaria la evaluación de la gestión actual, luego con la implementación de éste sistema el personal deberá adaptarse a los cambios sugeridos. Conscientes de la necesidad de este accionar, una auditoría de conocimiento es de vital importancia para reconocer las limitaciones en aprendizaje, quién necesita ser capacitado, flujos, tipos y brechas de conocimiento. Wiig describió un listado de métodos para realizar auditorías separándolos por propósitos como: el fin de la auditoría, en qué se basa el análisis, si soporta trabajo posterior, etc. A continuación, se resaltan los métodos que aportaron a éste trabajo de investigación:

- Análisis del entorno de tareas, modelos y procesos: Se conoce como la vía mediante la cual una empresa identificará qué factores estratégicos de su entorno le pueden influir de manera positiva, mientras que diferencia las oportunidades de las amenazas.
- Encuestas basadas en cuestionarios: Se convierten en una herramienta de investigación que obtiene datos de manera rápida y eficaz.
- Análisis del flujo del conocimiento: Se identifican los elementos del modelo de procesos que una empresa está utilizando para crear, transferir y evolucionar su conocimiento.
- Mapas de conocimientos: Es una herramienta que ayudará a consolidar y reconocer dónde se encuentra el conocimiento y cuáles son sus características, sirve para informar.
- Análisis de la utilización del conocimiento: Proceso mediante el cual se describe la planificación de las decisiones mediante la asignación de recursos que la empresa tiene como disponibles.
- Programación del conocimiento: Mantener la basa del conocimiento y codificarlo, para luego difundirlo o no.

Todas estas acciones permiten identificar el estatus de la gestión del conocimiento en la institución.

Calidad Educativa en Ecuador

La calidad educativa no posee un concepto estático, ya que en realidad es una característica basada en el logro de las metas dentro del ámbito de la enseñanza y aprendizaje. Los estándares de calidad educativa, establecidos por el Ministerio de Educación en el 2017, según el acuerdo Ministerial 091-2017, son los parámetros que permiten medir los logros esperados y buscan orientar, apoyar y monitorear el resto de las acciones que un grupo de individuos realizará dentro de un sistema de educación. En el Ecuador, hace referencia a aquellos que pertenecen al Sistema Nacional de Educación y que buscan la mejora continua del aprendizaje, la gestión escolar, el desempeño profesional directivo y de docencia (Subsecretaría de Fundamentos Educativos; Dirección Nacional de Estándares Educativos, 2017).

Específicamente, existen tres estándares: Los de gestión escolar, aplicados a los centros educativos, basados en prácticas institucionales para desarrollar el desempeño del personal y aproximarlos a su funcionamiento ideal. Los estándares de desempeño profesional directivo, donde se toman en cuenta las acciones para que la directiva sea más óptima de la mano de la administración y finalmente, los estándares de desempeño profesional docente, aquellos orientados a establecer características de la docencia que debe ser de calidad y con alta ética profesional.

El Ministerio de Educación Ecuatoriano, en el Manual para la Implementación y Evaluación de los Estándares de Calidad Educativa, estructura los estándares de calidad de la siguiente manera:

a) Dimensión: ámbito de calidad educativa, toma en cuenta la gestión administrativa, gestión pedagógica, convivencia, participación escolar, cooperación y la seguridad escolar.
b) Componente: aspectos que componen la dimensión.
    1) A nivel administrativo:
        i. Organización institucional: lo que dinamiza el funcionamiento del centro educativo (normas, planificación, procedimientos, etc.)
        ii. Desarrollo profesional: contempla actividades para mejorar el proceso del profesional.
        iii. Información y comunicación: recursos tecnológicos para la difusión de información.
        iv. Infraestructura, equipo y servicios complementarios: Facilita obtener otros recursos.
    2) A nivel pedagógico:
        i. Enseñanza y aprendizaje: planifica e implementa lineamientos de la clase para luego evaluarse.
        ii. Consejería estudiantil y refuerzo académico: brindar apoyo oportuno para mejorar el desempeño de los estudiantes.
    3) A nivel de convivencia, participación escolar y cooperación:
        i. Convivencia y participación: actividades que promueven el ejercicio de la ciudadanía.
        ii. Alianzas: trabajo colaborativo con instituciones públicas y privadas, desarrolla programas de participación estudiantil.
    4) A nivel de seguridad escolar:

i. Gestión de riesgos y protección: seguridad integral para todos los que integren la institución.

c) Estándar: describir logros esperados por todos quienes integren el centro educativo.
d) Indicador: norma con el cual se mide el grado de cumplimiento con respecto a los estándares.
e) Medio de verificación: Muestra que refiere el resultado de evaluación sobre los estándares cumplidos.

Los estándares de gestión escolar, constituyen los procesos que gestionan las prácticas institucionales cuya contribución ayuda al correcto funcionamiento de los establecimientos educativos, así como también al desarrollo profesional de quienes conformen el equipo de trabajo de la institución educativa, acercándolos a su funcionamiento ideal.

En el caso de los estándares de desempeño docente, se estructuran de la siguiente manera:

1. Gestión Administrativa: Participa en capacitaciones y aplica estrategias de desarrollo profesional con acompañamiento pedagógico.
2. Gestión Pedagógica: es la que mayor presencia tiene, elaborando principalmente planificaciones, estimulando el aprendizaje, evaluando sus resultados e implementando prácticas recomendadas.
3. Convivencia, participación escolar y cooperación: promoviendo el cumplimiento de los acuerdos establecidos con la institución.
4. Seguridad Escolar: La ejecución de planes integrales y protocoles de seguridad estudiantil, así como la consejería. (Subsecretaría de Fundamentos Educativos; Dirección Nacional de Estándares Educativos, 2017).

De las dimensiones anteriormente mencionadas, el desempeño del docente tiene mayor presencia en la segunda dimensión.

Certificaciones de calidad aplicadas en ámbito educativo

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, la certificación de calidad es un conjunto de actividades mediante la cual un sistema, producto, proceso, etc., se evaluará con el fin de saber si cumple con ciertos requisitos, lo que le permitirá contar con una garantía por escrito de las características que posee y de lo que esto suponga.

Entre las normas de calidad, la de mayor pertinencia para verificar la gestión del conocimiento de una organización está la ISO 9001:2015, basada en que requiere comprobar el conocimiento que la organización necesita y cómo lo mantiene. La norma ISO 9001 es una norma mundial sobre los sistemas de gestión de calidad aplicable por cualquier organización sin importar su tamaño y ubicación geográfica. Se centra en los procesos y en la satisfacción del consumidor; y su importancia se debe al compromiso que supone con los accionistas de una organización, su reputación, ventaja competitiva y nivel de satisfacción para sus clientes. La forma de obtener la certificación es a través de una auditoría realizada por una consultara que reconozca la ISO.

Los bloques que intervienen en la normativa ISO 9001-2015 son tres: El enfoque de procesos; el pensamiento basado en riesgos y el ciclo PHVA (Planificar-Hacer, Verificar-Actuar). Los requisitos referentes al conocimiento se encuentran en la cláusula 7.1.6., la cual menciona:

“La organización debe determinar los componentes necesarios para la operación de sus procesos y lograr la conformidad de los productos o servicios. Se mantendrán estos conocimientos, y serán puestos a disposición en la medida necesaria. Al abordar las necesidades y tendencias cambias, la organización debe considerar sus conocimientos actuales y determinar cómo adquirir o acceder a los conocimientos adicionales necesarios” (International Organization for Standardization, 2015)
Hoy en día según el Ministerio de Educación y Cultura Ecuatoriano, el sistema educativo del país debe ser integral, coordinado, descentralizado y flexible, además debe ofertar educación de calidad capaz de cumplir los objetivos basado en los estándares de calidad que más adelante propondría.

MATERIALES Y MÉTODOS

El desarrollo de la investigación se realizó durante el periodo de marzo a junio del 2019, en el área académica de la Unidad Educativa Nuestra Señora del Carmen, con una población de 36 colaboradores. Fue de tipo exploratoria, puesto que indaga desde una perspectiva más innovadora, ayudando a identificar falencias y aciertos dentro de los procesos internos de la institución relacionados a la gestión del conocimiento, con el fin de proponer cursos de acción. Además de descriptiva, ya que valora al detalle los componentes en torno a la gestión del conocimiento y su influencia en la calidad educativa a través del análisis de información recopilada por medio de éste trabajo.

Los métodos aplicados fueron: Inductivo – Deductivo, a partir de la observación hasta el análisis de los efectos de la aplicación de la gestión del conocimiento. Analítico – Sintético, puesto que se estudiaron los hechos, desde los conceptos básicos hasta la realidad de la institución y su entorno, contemplando los procesos de cambio y Estadístico, a través de la cual fue posible la organización de datos, tanto cuantitativos como cualitativos.

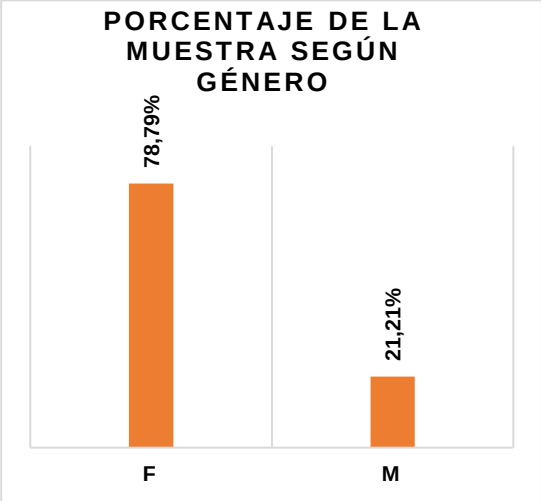
Entre las técnicas e instrumentos utilizados se encuentran: la lectura investigativa que fue clave para descubrir y comprender realidades acerca del objeto de la investigación. La encuesta utilizada fue de elaboración propia y tomó como punto de partida el cuestionario de (Perez-Soltero, Leal Soto, Bacerló Valenzuela, & Leon Duarte, 2013) el cual evalúa los recursos para lograr la correcta implementación de la Gestión del conocimiento y su estado actual en una organización. Para obtener una correcta adaptación, se dividieron las preguntas en base a las fases de la gestión del conocimiento del modelo escogido de Bukowitz y Williams y se añadieron otras relacionadas al conocimiento de indicadores de calidad educativa. La encuesta aplicada, se fundamentó en los objetivos de la investigación, buscando analizar el cumplimiento de las fases de la GC, el conocimiento del docente acerca de los estándares de calidad, así como recopilar información relevante sobre la formación de la población.

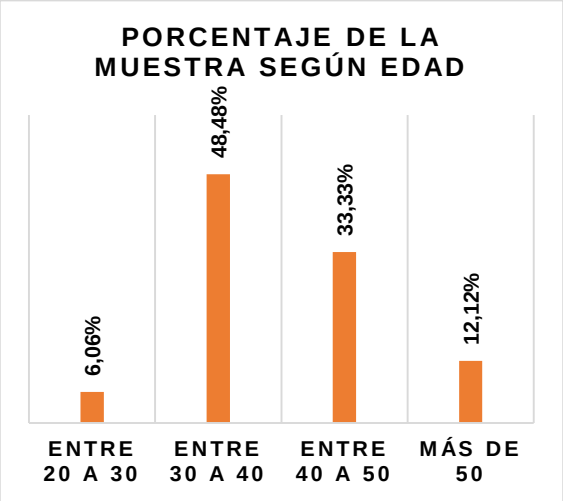
En cuanto a la entrevista, esta fue efectuada a los cargos de Dirección y Administración del plantel, quienes son los máximos encargados de la gestión del conocimiento y del seguimiento a la calidad de los procesos de la institución.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Considerando que la encuesta aplicada está dividida en varias secciones, los datos generales de la población; mapeo de conocimientos solicitados por el Ministerio de Educación a los docentes; el cumplimiento de los procesos de la gestión del conocimiento; las problemáticas de la Gestión del Conocimiento en la institución y los tiempos que maneja el docente para cada área que miden los estándares de calidad educativa, se obtuvo la siguiente información relevante:

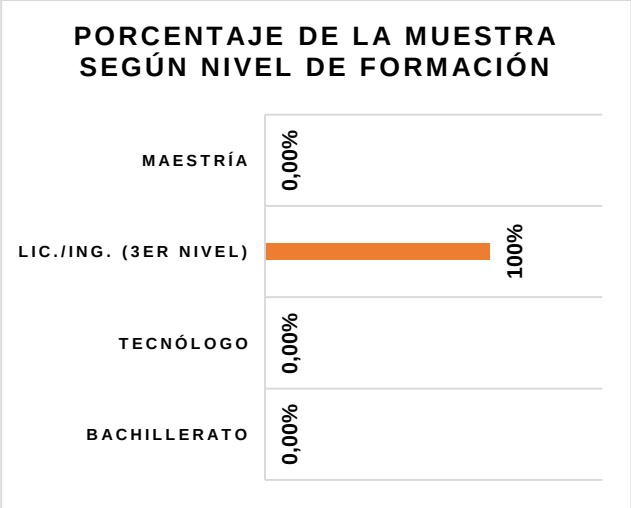
Datos Generales de la Población:

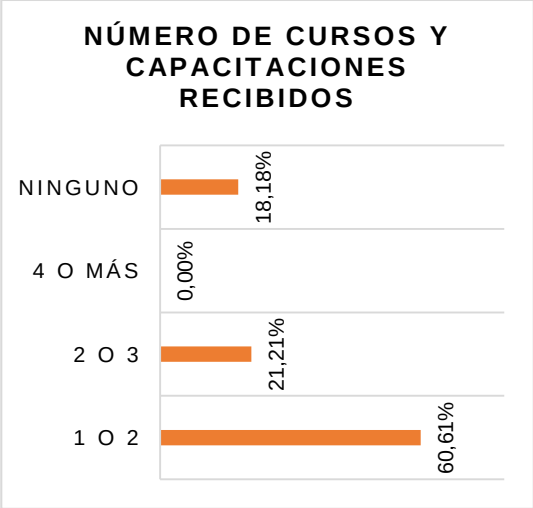




Género y Edad
Figura 1 y 2

Como se muestra en la figura 1 y 2, el 78,79% del personal docente pertenece al género femenino; mientras que, para el género masculino, la representación fue del 21,21%; esto supondría que la docencia tiene una supremacía femenina. Así también, más del 80% tiene al menos 30 años; únicamente el 6.06% tiene entre 20 a 30 años y un 12,12% representa a los mayores de 50 años; esta información podría tener influencia en el margen de personas que han recibido o no alguna capacitación.

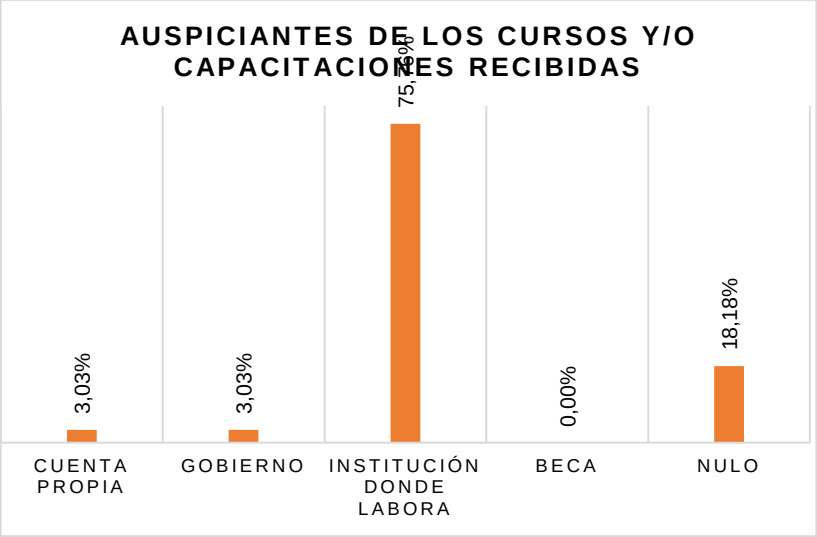




Nivel formativo y Capacitaciones

Figura 3 y 4

Las figuras 3 y 4 evidencian que el 100% de los encuestados cumplen con el requisito de poseer un título de tercer nivel en Ciencias de la Educación, lo que los faculta para ejercer la docencia en instituciones como escuelas y colegios al cumplir con este requisito del Ministerio de Educación. El número de cursos o capacitaciones que han recibido los docentes es relevante para poder confirmar que existe formación nueva y constante como lo requiere la gestión del conocimiento. Los datos recolectados reflejan un resultado positivo, dado que más del 80% de encuestados han recibido al menos una capacitación, sin embargo; un 18,18% asegura no haber recibido ninguna capacitación. Esto indicaría que parte del personal no estaría siendo capacitado a la par que el resto del equipo, colocándolos en un nivel menor en cuanto a sus capacidades profesionales. Adicionalmente existe una diferencia del 40% entre los que han sido capacitados 1 o 2 veces al año y los que fueron capacitados 2 o 3, lo que significa que no se está manejando una planificación equitativa en capacitaciones en el área docente.



Auspiciante de Capacitaciones

Como se aprecia en la figura 5 que más del 80% de los encuestados, aseguraron recibir al menos una capacitación o curso, e indicaron que la mayoría fue auspiciada por la institución en la que labora con un 75,76%; mientras que el 6.06% manifestó que fue auspiciado por el gobierno como por cuenta propia.

Esto refleja un panorama positivo en cuanto a las capacitaciones otorgadas por la institución para con sus docentes, pues tienen una amplia representación, sin embargo, hay que considerar el 18% que no está recibiendo capacitación de ningún tipo, incluso se resaltaría una posible falta de interés por conseguir algún tipo de capacitación extra.

Mapa de conocimiento:

El mapa de conocimientos contiene las 4 dimensiones que son medidas a través de los indicadores de calidad del Ministerio de Educación según el Manual de Desempeño del Docente: Como se aprecia en la tabla 1; en primer lugar, se valoró los conocimientos del docente sobre la gestión administrativa; donde el 87,12% asegura poseer los conocimientos de manera general. El de mayor posesión fue el de registro de información, asistencia y

reportes, con 100%; le siguen los lineamientos de comunicación con un 96,97%; el de menor posesión es el de uso de infraestructura y recursos con un 57,58%.

Tabla 1 Mapeo de Conocimientos – Gestión Administrativa.

Primera División de Conocimientos del Docente - Gestión Administrativa					
Etiqueta	***Registro de Información***	***Lineamientos de capacitación***	***Lineamientos de Comunicación***	***Uso de Infraestructura y recursos***	***Porcentual (%)***
SI	100%	93,94%	96,97%	57,58%	**87,12**
NO	0%	6,06%	3,03%	42,42%	**12,88**
Total	***100%***	***100%***	***100%***	***100%***	***100%***

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran una deficiencia considerablemente alta del 42,42% en conocimientos del uso de infraestructura y recursos. Esto puede ser efecto de la falta de socialización de información de parte de los directivos de la institución que deberían tener amplio entendimiento en dicho aspecto. Además, existe un 10,09% de oportunidad de refuerzo en conocimientos de lineamientos de capacitación y comunicación.
La segunda división del mapeo de conocimientos, abarca la gestión pedagógica de lo cual se determinó, según se aprecia en la tabla 2, que el 97,47% de los encuestados posee los conocimientos en su totalidad. Los resultados se mostraron altamente favorables donde el único factor que no logró llegar al 100% fue el seguimiento del refuerzo académico, obteniendo un 15,15% en respuesta negativa. Sin embargo, la oportunidad de mejora en esta división es amplia ya que el resto de los factores se mantienen en un alto nivel de posesión de conocimientos.

Tabla 2 Mapeo de Conocimientos – Gestión Pedagógica

Segunda División de Conocimientos del Docente - Gestión Pedagógica							
Etiqueta	***Planificación curricular***	***Planificación micro curricular***	***Dominio del área de enseñanza***	***Evaluación de aprendizaje***	***Identificación de refuerzo académico***	***Seguimiento de refuerzo académico***	***Porcentual (%)***
SI	100%	100%	100%	100%	100%	84,85%	**97,47**
NO	0%	0%	0%	0%	0%	15,15%	**2,53**
Total	***100%***	***100%***	***100%***	***100%***	***100%***	***100%***	***100%***

Fuente: Elaborada propia

La tabla 3 refleja, en cuanto a la división de Convivencia y Participación Escolar, los resultados empiezan a tornarse negativos. Un 59,09% indicó no poseer conocimientos sobre esta división, siendo el Código de Convivencia el más afectado con un 75,76% negativo frente a un 24,24%; mientras que las Consejerías Estudiantiles mejoran un poco el panorama con un 57,58% positivo frente a un 42,42% negativo. Estos resultados indican que a nivel de compartir con otros docentes y con el alumnado se estarían presentando fallas, siendo este uno de los puntos a mejorar en la propuesta, así como uno de los temas necesarios para las futuras capacitaciones en caso de que la institución lo decida así. En la tabla 4, se aprecia la cuarta pregunta de la primera fase, donde se evaluaron los conocimientos sobre la Seguridad Escolar; en este caso, se repite el panorama negativo, donde el 56,06% de los encuestados aseguraron no contar con estos conocimientos. Entre los Protocolos de Gestión de Riesgos,

el panorama es positivo con un 69,70%, sin embargo, es en el conocimiento sobre las situaciones que vulneren integridad del estudiantado que el panorama es negativo con un 81,82%. Esto indicaría que a nivel de seguridad hay falencias y sería un tema de alta necesidad en refuerzo.

Tabla 3 Mapeo de Conocimientos – Convivencia y Participación Escolar

Tercera División de Conocimientos del Docente - Convivencia y Participación Escolar			
Etiqueta	***Código de Convivencia***	***Consejería Estudiantil***	***Porcentual (%)***
SI	24,24%	57,58%	40,91
NO	75,76%	42,42%	59,09
Total	***100%***	***100%***	***100***

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4 – Mapeo de Conocimientos – Seguridad Escolar

Cuarta División de Conocimientos del Docente - Seguridad Escolar			
Etiqueta	***Protocolos de gestión de riesgos***	***Situaciones que vulneren integridad del estudiantado***	***Porcentual (%)***
SI	69,70%	18,18%	43,94
NO	30,30%	81,82%	56,06
Total	***100%***	***100%***	***100***

Fuente: Elaboración propia.

Procesos de Gestión de conocimiento:

En la investigación, se utilizó una escala Likert en las preguntas, con el fin de calificar los factores relacionados a las fases de la gestión del conocimiento de Bukowitz y Williams. El factor más favorecido fue la evaluación mediante indicadores eficientes por parte de la institución al finalizar los periodos anuales de trabajo, con una representación del 100% de manera positiva, mientras que el panorama negativo se lo llevó el factor sobre el hábito que tiene el área docente de compartir conocimientos entre compañeros, donde más del 60% indicó estar en desacuerdo con esta afirmación. Otro aspecto a resaltar que resultó no favorable, es la pérdida de tiempo en búsqueda de información, la cual llega al 51% y significa que a pesar de que el docente tenga la información de manera personal o que exista a nivel institucional, no hay procedimientos que respondan a la pregunta ¿Cómo realizo esta actividad? O al menos el docente no ha sido advertido de la existencia de los mismos.

Por lo tanto, existe una inconformidad inquietante del cumplimiento en la segunda y cuarta fase de la gestión del conocimiento en especial. A pesar de que el factor de aporte de ideas tenga una representación positiva de más del 80%, el ciclo del conocimiento se queda estancado al no tener un hábito de compartición. Por consiguiente, existe un potencial por explotar si se corrige la socialización y continuidad del flujo del modelo de gestión.

La cuarta sección de la encuesta, involucró una pregunta que buscaba valorar cinco factores considerados como problemáticas de la gestión del conocimiento de la institución donde laboran los encuestados. El objetivo era obtener un orden desde el aspecto más relevante hasta el menos relevante, donde se obtuvo que la problemática de mayor impacto es la falta de información para llevar procesos específicos; en el cuarto puesto estaría la falta de disposición para transmitirse conocimientos entre los colaboradores. Se puede inferir entonces, que existen problemas de comunicación interna tanto para conocer algo en específico como para compartir información entre pares. Situación que se conoció también en la evaluación de las fases donde la etapa de Socialización se vio considerablemente afectada. En menor proporción, pero también se presenta como un problema en la gestión del conocimiento de la institución, se encuentra la pérdida de conocimientos debido a colaboradores que se separan de la Unidad Educativa. Esto puede llegar a ser un punto crítico si el colaborador ocupa un cargo clave.

En cuanto al conocimiento de las dimensiones que utiliza el Ministerio de Educación para evaluar la calidad de desempeño del docente, existe un 60,61% que afirma conocerlas; sin embargo, un 39,39% desconoce estas dimensiones. Los resultados muestran que hay un gran porcentaje de docentes en la institución que requerirían capacitación sobre este tipo de evaluaciones, para que sean capaces de distinguir que se necesita de ellos como docentes de una Unidad Educativa, además de que reconozcan sus aspectos a mejorar de manera individual.

Finalmente, al considerar la cantidad de tiempo que los docentes están dedicando a cada gestión evaluada en la primera parte de la encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados: El 75,76% indica dedicarle más de 4 horas a la gestión pedagógica; seguido de la gestión administrativa, con alrededor del 90% que indica dedicarle al menos 2 horas. Contemplando que el Ministerio de Educación exhorta al docente a ocupar 6 horas en la labor pedagógica, la institución estaría haciendo que su personal cumpla con las horas de impartición de clases correctamente, pero a pesar de no requerir usar mucho tiempo en la Convivencia y Seguridad Escolar, lo evaluado a través del mapa de conocimiento es un punto crítico y los docentes deben de ser capacitados en estos aspectos ya que no dominan los conocimientos necesarios de éstas dimensiones.

Adicionalmente, se observa que el área académica utiliza más de 2 horas diarias en cuestiones administrativas, lo que puede ser producto de la falta de disponibilidad de conocimientos y pérdidas de tiempo.

En la entrevista a profundidad se pudo conocer la perspectiva de la Dirección y la Gerencia Administrativa acerca del objeto de la investigación. Ambos consideran que el personal de la institución está familiarizado con la gestión del conocimiento a pesar de no haber tenido una inducción sobre los procesos de la misma. A pesar de que no creen que existan barreras que dificulten la GC en el plantel educativo, al evaluar a los docentes se pudo confirmar que ellos contemplan varias barreras como la socialización y muchos desconocen sobre los repositorios de información.

Un punto importante a resaltar, son las respuestas obtenidas en relación a la inversión en un plan de mejora de la GC. Tienen claro que los procesos de la GC son necesarios para mantenerse creciendo e innovando y que no es un gasto, es una inversión que se verá

reflejada en la mejora de la calidad educativa puesto que están de acuerdo con la premisa El desarrollo de la institución siempre va a depender del desarrollo de los colaboradores, ambos consideran que la inversión monetaria a infraestructura, tecnologías o equipos, no serán suficiente ni serán bien utilizados, si no hay personal capacitado que lo maneje.

PROPUESTA

Con el fin de fortalecer los procesos relacionados a la gestión del conocimiento en la institución objeto de estudio, la tabla 5, a continuación, presenta un plan de mejoras, el cual contempla las acciones recomendadas para solventar los diferentes puntos críticos a atender en virtud de los resultados obtenidos en la investigación.

ACCIONES	RECURSOS	COSTO	RESPONSABLE	METODOS	INDICADOR / EVIDENCIA
Levantamiento de formatos institucionales con sus rutas de acceso	Asistente administrativo que recopile información	Sin costo	Inspectores por área	Levantar información por áreas de conocimiento (comisiones)	Sumario de formatos con rutas
Realizar mapas de Conocimientos	Programa VISIO de Microsoft Office	Adquisición de licencia de Visio: 1) Uso online $5 mensual/usuario 2) Licencia profesional $330	Comisión pedagógica	Elaboración de mapas en la plataforma, en los que participa el docente especializado en cada área.	Mapas de conocimiento culminados
Realizar mapas de procesos clave de la institución	Programa VISIO de Microsoft Office	Adquisición de licencia de Visio: 1) Uso online $5 mensual/ usuario 2) Licencia profesional $330	Gerencia Administrativa	Elaboración de matrices de procesos en los que participa el colaborador dueño del proceso y el colaborador ejecutor de las actividades del proceso.	Mapeo de procesos clave culminado
Implementar rol de agente del conocimiento	Asistente administrativo	Sin costo	RRHH (Asistente)	Designar a un asistente administrativo funciones relacionadas a la GC para luego promoverlo, según resultados, a analista de calidad/administrativo	Mapeo de procesos clave culminado
Creación de Guías "How to" para que los docentes puedan compartir sus experiencias en casos relevantes	Correo institucional	Sin costo	Comisión pedagógica	Creación de infografías	Infografías enviadas vía e-mail
Diseñar un proceso de transferencia de conocimientos	Programa VISIO de Microsoft Office	Sin costo	Comisión pedagógica	Elaboración de procedimiento de transferencia de conocimientos adquiridos para	Flujos de proceso

				socializarlos al resto del personal docente	
Implementación de una red compartida para el uso e ingreso de información de los docentes	**Soporte IT**	**$500**	**Analista informático**	**Departamento de Sistemas elabora una red compartida en la institución usando las computadoras del personal docente y administrativo para tener carpetas de acceso público o compartido según jerarquías**	**Total de computadoras del área docente vs computadoras participes de la red compartida**
Realizar un plan de re-inducción al personal docente	Manual para la implementación de estándares de calidad educativa	Sin costo	Dirección	Verificación de prioridades de inducción	Cronograma de re-inducción
Realizar taller informativo acerca de los indicadores de calidad de desempeño sobre los cuales son evaluados	**Manual para la implementación de estándares de calidad educativa**	**Sin costo**	**Dirección**	**Implementar el taller un sábado fuera de la jornada laboral para socializar a los docentes los requerimientos de calidad del Ministerio de Educación**	**Personal docente convocado vs personal asistente al taller**

Tabla **5** – Acciones de mejora

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación realizada, se concluye que los procesos de gestión de conocimiento aportan gran valor a las organizaciones, siempre y cuando estos sean asumidos de manera integral y permanente. En la Unidad Educativa abordada, existen algunas opciones de mejora, entre las que destacan: mejorar los tiempos para la búsqueda de información; debe existir una mejor socialización de conocimientos generales y fortalecerse la colaboración para compartir conocimientos entre docentes, además de mejorar los recursos informáticos que soporten todos los conocimientos de manera electrónica. Estas falencias se han convertido en nudos críticos, que evitan que el ciclo del conocimiento fluya dentro de la organización, estas realidades han afectado directamente a las fases de utilización de la información, mantenimiento y descarte, principalmente. En definitiva, se concluye que pese a que la institución posee los conocimientos; es necesario fortalecer por medio de las acciones propuestas, el ciclo de gestión para socializarlos y actualizarlos de una forma adecuada.

BIBLIOGRAFIA

Aguilera, A. M. (2017). LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL. ndependent, 1. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/312155359_LA_GESTION_DEL_CONOCIMIENTO_ORGANIZACIONAL

Almeida Ruiz, A. (2012). Guía didáctica: Gestión del talento humano. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.

Figueroa, L. (06 de Mayo de 2018). Evaluación de la calidad educativa. La Hora. Obtenido de https://lahora.com.ec/loja/noticia/1102154664/evaluacion-de-la-calidad-educativa

Hernández Forte, V. (2016). La gestión del conocimiento en las organizaciones. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Alfaomega Grupo Editor Argentino.

Herrán, A., Ruiz, A., & Lara, F. (2018). Claves del cambio educativo en Ecuador. Claves del cambio educativo en Ecuador. Foro de Educación, 16(24), 141-166.

International Organization for Standardization. (2015). ISO 9001:2015. Ginebra, Suiza: Secretaría Central de ISO.

Ministerio de Educación. (2018). Desempeño del Docente. Obtenido de https://educacion.gob.ec/desempeno-del-docente/

Ministerio de Educación. (2018). Desempeño Directivo. Obtenido de https://educacion.gob.ec/desempeno-directivo/

Nonaka, I. (1991). The knowledge-creating company. Hardvard Business Review, 96-104.

Observatorio Regional de Planificación. (2017). Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo. Obtenido de https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador

Perez-Soltero, A., Leal Soto, V., Bacerló Valenzuela, M., & Leon Duarte, J. (2013). Un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las pymes del sector restaurantero para identificar áreas de mejora en sus procesos productivos. Intangible Capital, 153-183.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23a. ed.). Obtenido de http://www.rae.es/rae.html

Rodríguez Gomez, D. (2009). La creación y gestión del conocimiento en las organizaciones educativas: barreras y facilitadores. España: Universidad Autónoma de Barcelona.

Sánchez, S., López, T., & Nascimento, M. (2009). LA SATISFACCIÓN DEL CAPITAL HUMANO COMO ELEMENTO DETERMINANTE EN LA ACTIVIDAD HOTELERA. UNA APLICACIÓN EN DOS REGIONES TURÍSTICAS. Estudios Turísticos(182), 53-69. Obtenido de http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-182-2009-pag53-69.pdf

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (Septiembre de 2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida. Quito, Ecuador: Senplades.

Segarra, M., & Bou, J. C. (2004). Concepto, tipos y dimensiones del conocimiento: configuración del conociento estratégico. Revista de Economía y Empresa, 53(52), 175 - 195. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2274043.pdf

Silva Garcia, K. (2017). Transferencia de conocimiento: Un estudio filosófico. Valladoid: Tesis doctorales UVa.

Subsecretaría de Fundamentos Educativos; Dirección Nacional de Estándares Educativos. (2017). Manual para la implementación y evaluación de los estándares de calidad educativa, Gestión Escolar, Desempeño Profesional Directivo y Desempeño Profesional Docente. Ministerio de Educación.

Teijerico, M. d., García, M. T., & Mariz, R. M. (2010). La gestión del capital humano en el marco de la teoría del capital intelectual. Una guía de indicadores. Departamento Análisis Económico y ADE. Universidad A Coruña. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/277263709_La_gestion_del_capital_humano_en_el_marco_de_la_teoria_del_capital_intelectual_una_guia_de_indicadores

Wiig, K. (1993). Knowledge management methods. Arlington, Texas: Schema Press.

LÍNEAS TEMÁTICAS:

MARKETING, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD

COMUNICACIÓN, CULTURA Y TECNOLOGÍA

ISBN: 978-9942-960-44-3

001. DE LAS MIRADAS DEL MARKETING: 1.0, 2.0, 3.0 Y 4.0 A LA HIPERCONECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN 360° DEL CONSUMIDOR ACTUAL EN LA RED DE INSTAGRAM EN EL ECUADOR.

FROM THE LOOKS OF MARKETING: 1.0, 2.0, 3.0 AND 4.0 TO THE HYPERCONNECTIVITY OF THE 360° COMMUNICATION OF THE CURRENT CONSUMER IN THE INSTAGRAM NETWORK IN ECUADOR.

Autora:

Valeria Carranza Muñoz
Universidad ECOTEC
Ecuador
Magíster en Comunicación Estratégica
ccarranza@mgs.ecotec.edu.ec

RESUMEN

Esta línea de investigación tiene como objetivo resaltar la evolución que ha tenido el marketing desde su versión o miradas, la 1.0 enfocada en el producto, 2.0 en el cliente, 3.0 en los valores, hasta la 4.0 con propósito social, la cual permitirá identificar como es la experiencia del usuario del consumidor en la actualidad, en la cual existe una interacción en tiempo real, donde las emociones y el comportamiento del proceso de elección y selección de compra del consumidor forman parte del compendio de estrategias, valores, tácticas pero sobre todo del mejoramiento de la experiencia, de la hiperconectividad de los consumidores y usuarios de los productos o servicios que están en el mercado de la era digital, y es en ese preciso instante que la comunicación es el puente que da acceso o no para obtener el efecto del **"*Engagement*"** entre el prospecto y la marca, en un mercado recargado de información no solo hay que publicar, sino saber gestionar una comunicación efectiva en la cual exista coherencia entre lo que la marca es y lo que hace.

SUMMARY

This line of research aims to highlight the evolution that marketing has had since its version or looks, the 1.0 focused on the product, 2.0 on the client, 3.0 on the values, up to 4.0 for social purpose, which will identify as It is the experience of the consumer user today, in which there is a real-time interaction, where the emotions and behavior of the consumer's selection and purchase process are part of the compendium of strategies, values, tactics but above all of the improvement of the experience, of the hyperconnectivity of the consumers and users of the products or services that are in the market of the digital era, and it is at that precise moment that the communication is the bridge that gives access or not to obtain the effect of the "Engagement" between the prospectus and the brand, in a market full of information not only must be published, but also know how to manage effective communication VAT in which there is coherence between what the brand is and what it does.

PALABRAS CLAVES

Marketing, consumidor, comunicación, redes sociales, interacción, mercado, hiperconectividad

KEYWORDS

Marketing, consumer, communication, social networks, interaction, market, hyperconnectivity

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de investigación planteado se centra en la evolución que ha ido teniendo el marketing, la cual inicio desde el marketing 1.0 enfocado - centrado al producto, el marketing 2.0 hacia el cliente, el marketing 3.0 hacia los valores y el marketing 4.0 hacia la era digital.

La disciplina del marketing nace en los años cincuenta del pasado siglo xx en el contexto empresarial pero ya al término de la siguiente década se adapta al contexto de las entidades no lucrativas. El artículo de Kotler y Levy *Broadening the concep of marketing* de 1969, así como la obra de Kotler, *Marketing for nom-profit organization* publicada en 1975 inicia una época para dichas organizaciones entre las que se sitúan las bibliotecas. En la literatura es posible constatar la rápida adopción los métodos y fundamentos del marketing como lo reflejan Koontz, Gupta y Weber (2006) quienes dan noticia del uso del marketing en las bibliotecas ya desde la propia década de los setenta y verifican un crecimiento progresivo de publicaciones.

La definición del concepto de marketing, que va desde la clásica enunciación de la American Marketing Association (AMA) hasta las formulaciones realizadas por diversos autores, entre ellos, Philip Kotler, William J. Staton o Miguel Santesmases, concede un papel fundamental a la vertiente más instrumental de este concepto. La esencia del marketing consiste en la planificación de un producto o servicio de utilidad para su mercado de referencia que satisfaga sus necesidades siendo necesario para ello establecer un precio y una forma de distribución así como un plan de promoción para su difusión y adquisición. Pero la ecuación del marketing para ser completa requiere de un conjunto de referencias de contexto que forman parte del denominado marketing estratégico. (Fernández, 2015)

Mediante el método descriptivo se identificó la evolución que ha venido teniendo el marketing y como su actor principal ha ido variando con la llegada de las tecnologías de la información y los nuevos canales de comunicación.

El objetivo principal de esta investigación es identificar las variables que están siendo protagonistas en un mercado hiperconectado, a través de diferentes dispositivos como la radio, la televisión, internet (wi-fi), dispositivos móviles, que tan solo con un clip rompen distancias.

El marketing no solo es sinónimo de mercados o planificación estratégica, es la integración de un mix de las cuatro “P” (producto, precio, plaza y promoción) y de las cuatro “C” (consumidor, costo, conveniencia y comunicación).

Los consumidores en la actualidad no solo buscan satisfacer necesidades, sino interactuar en tiempo real con los representantes de las marcas de las organizaciones en todo el mundo.

Las organizaciones no solo buscan un posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor también tienen la firme meta de estar dentro de las principales búsquedas de sus *cyber*-customers en las diferentes aplicaciones disponibles, por su parte los consumidores esperan respuestas breves, concisas, precisas y en tiempo real.

DESARROLLO

Las compañías a menudo no logran reconocer que su mercado cambia cada pocos años. El libro *Value Migration* ilustra de qué manera los requerimientos del consumidor y las fuerzas competitivas han cambiado significativamente en poco tiempo en industrias como la siderurgia, las telecomunicaciones, la asistencia médica y los espectáculos. La estrategia ganadora del año pasado puede ser la estrategia perdedora de hoy. Como alguien observo, hay dos clases de compañías: aquellas que cambian y aquellas que desaparecen.

El panorama económico actual está determinado por dos fuerzas poderosas: la tecnología y la globalización. Hoy la tecnología cuenta con nuevos productos que el presidente John Kennedy a comienzos de los años sesenta no había visto, como satélites, las videograbadoras, las fotocopiadoras, los fax, los contestadores automáticos, los relojes digitales, el correo electrónico, los teléfonos celulares y los ordenadores portátiles. La tecnología no solo determina fundamentalmente del pensamiento humano. Como observo Marshall McLuhan, “El medio es el mensaje”. (Kotler, 1999, 17-18)

¿Todo es Marketing?

El marketing es una de las pocas ciencias que, independientemente de la edad que tengamos y la profesión o actividad en la que nos desempeñemos, si aplicamos correctamente sus principios puede brindarnos grandes beneficios personales, profesionales, laborales y empresariales. (Leyva, 2016)

El marketing en el siglo XXI El mercadeo ha evolucionado con el tiempo, inicialmente se consideraba tarea, actividad, o proceso; posteriormente, función, o estrategia, y actualmente como filosofía o disciplina, es decir, se desarrolló a través del marketing 0.0, el marketing 1.0, marketing 2,0 y el marketing 3.0, esto para responder a los cambios económicos, culturales y sociales. (Vásquez, 2017, p. 9)

El departamento de marketing de una gran empresa en EE UU o en un país del primer mundo tiene aproximadamente 300 personas hoy, sin embargo, hasta 1910 la palabra marketing no existía. En esos años de principios del siglo XX la palabra marketing significaba "encargarse de los mercados" y surgió de un grupo de economistas universitarios que se dieron cuenta que ellos poseían una visión muy simplificada del consumidor. Y no solo una mirada simplificada sino en la mayoría de los casos una visión errónea, ya que sus postulados expresaban.

1. El consumidor siempre incrementara sus ganancias
2. Los economistas no sabían demasiado acerca de los canales de distribución
3. Afirmaban que el precio se establecía por la oferta y la demanda.
4. No mencionaban ni analizaban el impacto de la publicidad
5. No analizaban los equipos de venta

A fines de la década de 1960 el marketing se transforma en un sistema analítico para ayudar a la comercialización de productos y servicios. Y a su vez se fue orientando cada vez más hacia la acción que hacia la descripción de lo que pasaba en los mercados, es entonces cuando los teóricos de la materia comienzan a preguntarse.

¿Qué es el marketing y que son las ventas?

Y esta pregunta surgía naturalmente pues en un principio en marketing, en sus inicios, ayudaba a los vendedores a vender más y mejor, puesto que los vendedores enfocados en sus tareas de acción diaria, no contaban con tiempo para:

- Investigar el mercado
- Escribir material de comunicación (folletos, avisos, etc.)

Este fue el comienzo y la aparición de las Marcas tal como las conocemos hoy, y también la aparición de los Gerentes de Marca. En esas circunstancias los departamentos de marketing comienzan a crecer al ritmo de la explosión de las marcas y comienza también a separarse del departamento de ventas.

Kotler propone dividir el de departamento de marketing en dos departamentos complementarios pero separados:

- Uno encargado de vender lo que se está produciendo en ese momento.es decir un departamento enfocado en la producción (no en el cliente) es decir encargarse de sacar lo que se produce a la calle y venderlo, sacarlo de los depósitos de la empresa. Su misión es ayudar a los vendedores a vender.
- Este otro es el que se ocupara de lo que él llama marketing avanzado y que no tiene que vender ni preocuparse por ello. Su labor es generar una buena oferta para el Mercado a futuro (no hoy ni para hoy) y generar a partir de esa creación un buen futuro. (Maidana, 2014)

¿Qué es el marketing?

Los profesionales de mercadeo deben tener claro conceptos básicos. Respecto a mercadeo (marketing), existen tantas definiciones como autores sobre el tema, se presentan algunos conceptos como son:

Marketing es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tiene valor para los usuarios, clientes, socios y para la sociedad en su conjunto. (Arellano, 2010)

Marketing es una función organizacional y un conjuro de procesos para crear, comunicar y transmitir valor a los clientes, así como manejar las relaciones con los clientes de modo que beneficien a la organización y sus grupos de interés". (Kurts, 2012, p.7)

El marketing abarca los procesos que se concentran en proporcionar a los clientes beneficios y valor. Emplea estrategias de comunicación, distribución y precio para proporcionar a los clientes, y otros grupos de interés, los bienes, servicios, ideas, valores y beneficios que desean, en el momento y lugar requeridos. (Lamb, 2011, p. 3).

De las definiciones de mercadeo, de la experiencia y teniendo como base algunos conceptos se establece que marketing es una disciplina de las ciencias económicas, administrativas y empresariales y relacionada con el sistema de comercio nacional e internacional que se encarga de establecer las políticas, objetivos, estrategias y metas empresariales a través de

las funciones o mix de mercadeo ofreciendo intercambios de valor orientados a la satisfacción de los clientes, consumidores con beneficios y al éxito empresarial. (Vásquez, 2017, p. 11-12)

Philip Kothler, es considerado uno de los mejores Gurú del marketing. Su libro “Dirección del Marketing” es utilizado por miles de empresas de todo el mundo para impartir sus sabios conocimientos a estudiantes. Para él, “el cliente siempre tiene la razón”, por ello, siempre ha desarrollado objetivos que cumpla con las expectativas del personaje más importante de sus campañas: el cliente.

Seth Godin ha aportado algunos conceptos, palabras o términos al marketing, y ha desarrollado la filosofía de que “sobrevivir no es suficiente”.

Según este gurú del marketing, indica que las empresas deben saber que sobrevivir y llegar a tener buenos triunfos, no signifique que han llegado al límite; pues indica que las organizaciones son como organismos que nace, crecen, sufren algunas modificaciones, buscan nuevos mercados, pero nunca deben indicar que han llegado a su límite.

Martin Fishbein es considerado como uno de los gurús del marketing porque creó la Teoría de la Acción Razonada, en la que señalaba que el comportamiento humano influye mucho en la compra. Por ello, recomendó que la compra deba ser motivada, y crear emociones al cliente.

Steve Jobs. El co-fundador de Apple pudo renovar el mercado tradicional en digital, que estaba al alcance de nuestras manos. Gracias a su imaginación, creó el iPad y el iPod, y encerró el mundo en un dispositivo donde millones de personas tener accesibilidad a la navegación por Internet con este pequeño dispositivo. Él fue uno de los nuevos gurú del marketing que señala que uno debe estar experimentando e innovando el Marketing Digital.

Las Miradas Del Marketing

~~Todo lo que hacemos comunica~~

~~Algo sobre nuestra marca~~

Figura 1. Miradas del Marketing, Elaboración propia

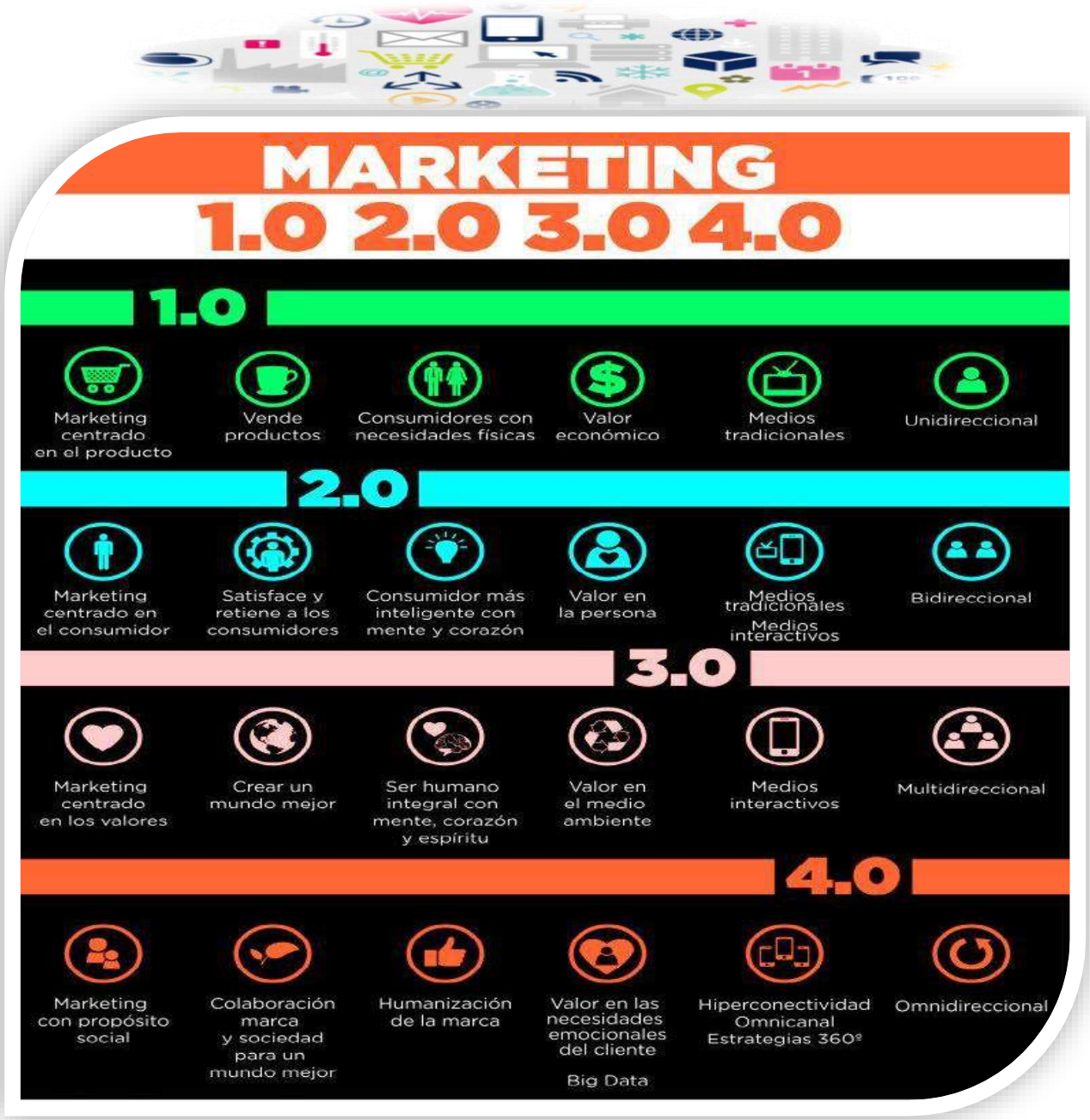


Figura 2. Miradas del Marketing, Elaboración propia

Marketing 1.0

Se define como:

- ✓ Centrado en el producto
- ✓ Se enfoca en los medios tradicionales
- x Comunicación Unidireccional

La orientación del marketing hacia el producto sostiene la idea de que los consumidores tendrán preferencias hacia aquellos productos que desde su perspectiva ofrecen la mejor calidad o mejores resultados en las características y funcionamiento de los mismos.

“Los directivos de las empresas que adoptan este enfoque concentran sus esfuerzos en fabricar productos bien hechos y en mejorarlos continuamente” (Kotler & Lane Keller, 2009, pág. 15).

Es así como los directivos de las empresas a lo largo del tiempo, prestan mayor importancia al aspecto físico-técnico de estos, resaltando las características del mismo que lo hacen particular. (Fuentes y Vera, 2015)

La materialización de este escenario en la función de marketing se explica a partir de tres momentos o etapas. Kotler, Kartajaya y Setiawan (2012), argumentan esta evolución basándose en las connotaciones de marketing 1.0, 2.0 y 3.0. El primero se enfoca en el producto, buscando capacidad de producción en masa para generar economías de escala, obteniendo así márgenes de rentabilidad a partir del coste. (Arias, 2016)

Marketing 2.0

Se en enfoca:

- ✓ El consumidor
- ✓ Interacción con los medios
- Comunicación Bidireccional (va y viene en 2 direcciones)

Hablar de marketing y buscar una definición acorde con la era digital conlleva a citar a la *American Marketing Association* (AMA): *“Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large”* [Marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para consumidores, clientes, socios y la sociedad en general] (AMA, 2015, párr. 98, traducción propia). La enunciación anterior no solo es acertada y orientativa, sino totalmente aplicable a la era del Big Data en la que las personas clientes y socias y la comunidad buscan la generación de valor en todos y cada uno de los procesos que ejecutan las empresas. El afianzamiento y la utilización cada vez más frecuente de los servicios Web 2.0 (redes sociales, RSS, tecnologías rápidas de mensajería, vídeos, mensajería instantánea, wikis, blogs, mash-ups, entre otros) por parte de clientes y empresas, dejando atrás la metáfora de la página del modelo web anterior (1.0), ha logrado generar experiencias más envolventes y participativas para los usuarios. Igualmente, la conectividad (acceso a Internet) -por medio de smarthphones, tablets, coches y otros aparatos- ha permitido la movilidad, la geolocalización, la conexión entre objetos (Internet of Things) y otras tendencias que están contribuyendo directamente al “Big Bang” de datos presente en nuestra era: el Big Data. (Morales, Aguilar, y Giraldo, 2015).

Marketing 3.0

Se centra:

- ✓ En los valores
- En el medio ambiente (mundo verde)

- ✓ Comunicación multidireccional (varios emisores y receptores)

Considerado como el padre de la mercadotecnia moderna, Philip Kotler asegura que esta disciplina es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Y afirma que en la actualidad se puede hablar de Mercadotecnia 3.0, en donde existen elementos enfocados para que el producto y los valores de éste fortalezcan -en todos los niveles- el lazo con los consumidores y también con los inversionistas, empleados, distribuidores, proveedores y todo aquel que forme parte del equipo, pues su finalidad es generar una relación ganar-ganar. Sin embargo, son pocas las compañías que desarrollan *Marketing 3.0 (Merca 2.0, 2010).*

Marketing 4.0

- ✓ Marketing con propósito social
- Valor en las necesidades y emociones del cliente
- ✓ Estrategias 360°
- Comunicación omnidireccional (se utiliza en todas las direcciones y sentidos)

En este enfoque de marketing, se basa en la predicción, anteponerse al comportamiento del consumidor, basando la estrategia en el contenido, generado en internet y los medios propios de comunicación, así como identificar cual es el comportamiento del mercado en tiempo real, tratando de conocer sus consumidores actuales y futuros.

El impacto de las TIC "Tecnologías de la información", en la comunicación en las organizaciones, ha tomado un papel importante en la actualidad han abierto un abanico de posibilidades para la gestión de esa comunicación y ha supuesto una mejora en los flujos de comunicación dentro de la organización (Diez, 2006)., para (Cacheiro, M., 2018) la sociedad del conocimiento no es algo que exista actualmente, es más bien un ideal o una etapa evolutiva hacia la que se dirige la humanidad, la transmisión de información, en cualquier momento y a cualquier lugar. Se incluye dentro de este término a todos aquellos instrumentos electrónicos que permitan dicho procedimiento, con independencia del momento en el que dichos instrumentos fueron creados para interactuar con los públicos. El elemento clave con el que cuentan las empresas es la comunicación on-line, ya que gracias al desarrollo de la web 2.0, tienen a su disposición nuevas herramientas (los medios sociales) para llamar la atención de los stakeholders o grupos de interés e interactuar con los mismos, (Pérez, C., Gomez-Zorilla, J., Blanco, J., 2014). (Carranza, 2018)

Acercamiento a los 360° de la comunicación

Seamos sinceros (expresión que, como trataremos más adelante, induce a pensar que antes no lo habíamos sido), la imagen, las apariencias, marcan el devenir de la socialización, es decir, desde el momento primigenio del contacto social, la danza ritual, la vestimenta, la manera de verbalizar las ideas, las miradas, los gestos y la tensión existente serán claves en el desarrollo de esa relación. Pero vayamos por partes, desde varios presupuestos relacionados con nuestras relaciones sociales y atendiendo a los 360° de la comunicación:

- Somos seres emocionales por naturaleza
- No podemos dejar de comunicar
- Nos basamos en pensamientos confirmatorios (Lillo, 2015, p 15)

La estrategia de una compañía consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio.

Una estrategia obtiene **ventaja competitiva** sustentable cuando satisface las necesidades de los consumidores con mayor eficiencia o eficacia que sus rivales, y cuando la base para ello es duradera a pesar de los esfuerzos de sus competidores por igualar o sobrepasar esta ventaja. (Thompson, Gamble, Peteraf y Strickland, 2012)

Hiperconectividad

Por cuanto hemos señalado hasta ahora, resulta indispensable en esta "era de la hiperconectividad" (Reig y Vílchez, 2013) encontrar un modo eficaz de gestionar la sobreabundancia informativa a la que diariamente se enfrentan los ciudadanos. De lo contrario, éstos corren el riesgo de no lograr digerir toda la información que consumen y, en último término, de ser incapaces de convertir dicha información en conocimiento. (Serrano, 2013)

Figura 3. Hiperconectividad, Elaboración propia

Una nueva era: La revolución tecnológica

En un origen, como homínidos, la interacción, la comunicación entre individuos, se basaba en el lenguaje gestual, no verbal, acompañado de sonidos voluntarios de refuerzo. El posterior desarrollo del cerebro humano aumentó nuestra inteligencia, nuestra capacidad de reflexión, de imaginación y pensamiento. Con la aparición del lenguaje y de la escritura, la comunicación no solo se completa, sino que se convierte en una expresión total. Esa capacidad de juicio, abstracción y emoción pueden ser transmitidas por signos, palabras y letras. De forma oral y escrita. (Lillo, 2015, p 117)

La comunicación virtual no es comunicación

Los nativos digitales corren un gran riesgo. La nueva tecnología ha colonizado gran parte de su comunicación y de sus relaciones personales. Sin embargo, no podemos confundir los términos. Estar conectados a internet, a las comunidades virtuales, a Twitter, al WhatsApp, al

móvil, al ordenador y recibir y emitir mensajes a través de distintos dispositivos no significa que estemos comunicándonos realmente con otros individuos. (Lillo, 2015, p 124)

Del Marketing a la Comunicación y la Hiperconectividad

Philip Kotler: “Marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando satisfactores con valor para ellos”.

Comunicación. “Un proceso bilateral, un circuito en el que interactúan y se interrelacionan dos o más personas, a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales, por ambos conocidos”. (Diez, 2011)

“La hiperconectividad es un concepto que sintetiza la situación actual del ser humano en la cual vive conectado permanentemente a la información a través de diferentes dispositivos como la radio, la televisión, internet (más aun con el Wi fi) y el teléfono celular (potenciado con los mensajes de texto)”. (Chula, 2008)

La definición de consumidor en marketing depende en parte de su conducta. En la actualidad la conducta se considera como un conjunto de actividades elementales, tanto mentales como físicas, como puede ser la preparación de una lista de compras, búsqueda de información, discusión sobre la distribución del presupuesto familiar, etc. que de alguna forma se influyen entre sí e inducen el acto de compra, a la elección de un producto o marca, o de un servicio.

La razón más importante por la cual se estudia el comportamiento del consumidor, es la función central que desempeña en nuestra vida. Gran parte del tiempo lo pasamos en el mercado, comprando o realizando otras actividades afines. También dedicamos mucho tiempo a pensar en los productos y servicios, a hablar con los amigos acerca de ellos y a ver o escuchar anuncios relacionados con ellos, además, los bienes que adquirimos y la forma en que los utilizamos incide profundamente en cómo vivimos nuestra vida diaria. Bastarían estas observaciones para justificar el estudio del tema. Sin embargo, algunos tratan de entender el estudio del tema por otras razones debido al comportamiento que estos tiene y que influyen en la toma de decisiones.

Por tal razón se dice que el comportamiento del consumidor es una disciplina aplicada. Tales aplicaciones pueden darse en dos niveles de análisis: En el MICRO y en el SOCIAL.

Perspectiva micro: En esta perspectiva hay que conocer a los consumidores con objeto de ayudarle a la empresa u organización a alcanzar sus objetivos. Los directores de publicidad, los diseñadores de productos y muchos otros que laboran en empresas lucrativas quieren conocer a los consumidores, a fin de realizar sus tareas con mayor eficiencia. Perspectiva social: Se aplica a los niveles agregados de los problemas que afrontan los grandes grupos o bien la sociedad en general.

En el nivel macro o global, sabemos que los consumidores influyen colectivamente en las condiciones socioeconómicas de una sociedad entera De aquí la influencia tan importante que el comportamiento de los consumidores ejerce sobre la calidad y el nivel de vida. 5 Como se advierte, el conocimiento del comportamiento del consumidor desde una perspectiva macro, nos permite entender mejor las megatendencias económicas o sociales y, tal vez, nos sirva para predecirlas. Además, nos indicará algunas formas de mejorar la eficiencia del

sistema de mercado y aumentar el bienestar de los miembros de la sociedad. (Meza y Villalta, 2015)

En la actualidad las marcas para ofertar y comercializar los productos, tienen la opción de elegir entre los medios tradicionales y los no tradicionales, para persuadir a los prospectos, eso es un una ventaja a la hora de elegir cual es el canal idóneo para informar a los clientes, así mismo es una de las grandes debilidades a la cual a la actualidad se enfrentan las empresas, ya que es más fácil que la competencia haga seguimiento de los productos, servicios, promociones y forma que se publicitan, convirtiéndose ellos en un cliente falso, para medir constantemente como responde el mercado.

Figura.4 Hiperconectividad, Elaboración propia

Comunicación y publicidad digital

Las empresas necesitan expertos que les ayuden a conversar con los consumidores en los entornos digitales. Ante la multiplicación de los medios de publicidad digitales, resulta especialmente necesario contar con una adecuada organización de estas comunicaciones, sacando todo el partido a las inversiones publicitarias y a la generación de espacios no pagados, como son las comunidades y las conversaciones en redes sociales. (Villaseca, 2018)

METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

El propósito de esta línea de investigación, fue revisar los principales postulados, enfoques planteados por los *gurúes* del Marketing, los expertos y la respectiva evolución de las miradas del marketing, entre las marcas y el consumidor actual en la App de Instagram en el Ecuador, los cuales no solo buscan un producto o servicio para satisfacer una necesidad, sino que investigan navegan que haya coherencia y sobre todo elijen quedarse con el producto o servicio, que le haga efectiva la experiencia de selección de información y de compra, en menos tiempo y de forma más sencilla y apropiada, buscando como referentes personajes de sus mismas edades que sean iconos de tendencias en el país.

Enfoque: Mixto (cuantitativo y cualitativo)

Tipo de investigación: Método deductivo

La presente investigación desarrollada, tuvo un estudio inicial exploratorio y concluye con un descriptivo, el cual permitió analizar conceptos de varios autores, para asociarlos al mundo a la experiencia del consumidor actual, el de la era digital.

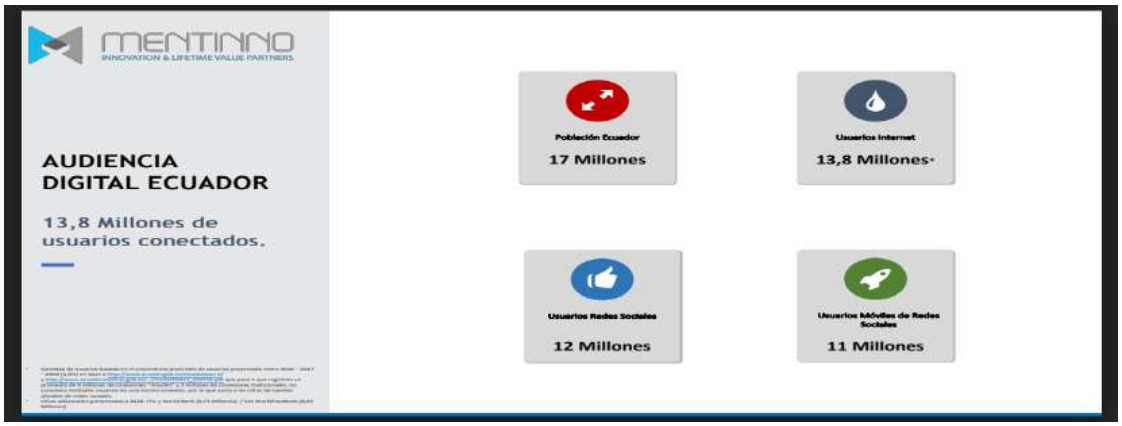
Aun solo clip de distancia:

Usuarios = Consumidores

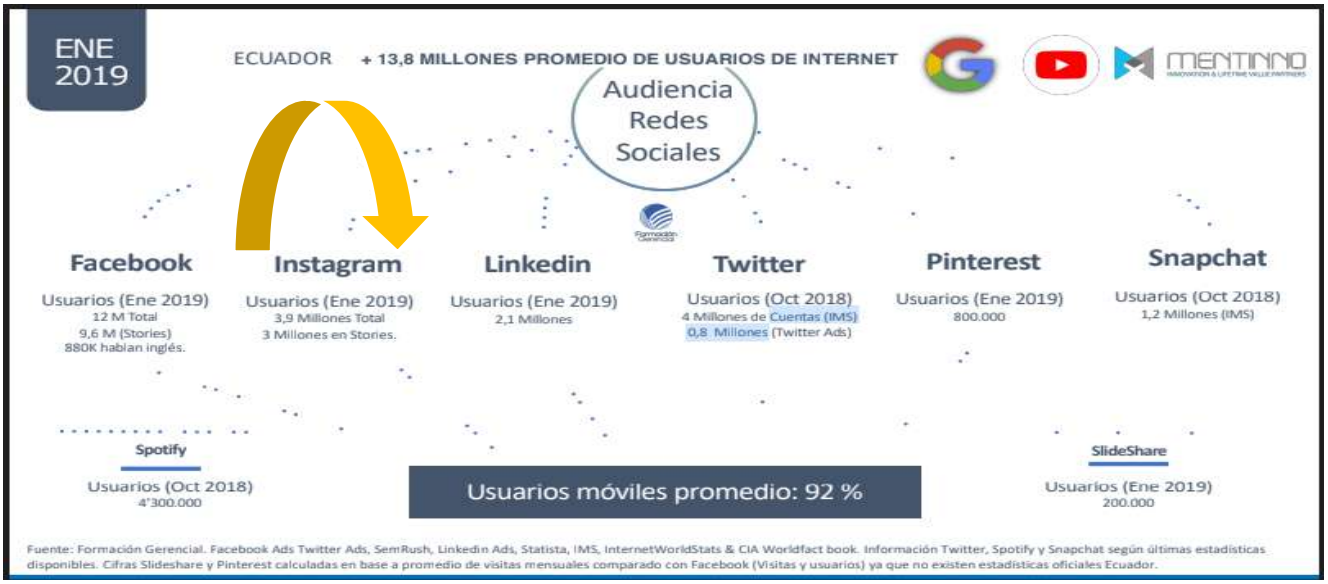
Marcas = Productos o servicios

Hiperconectividad = Experiencia consumidor online

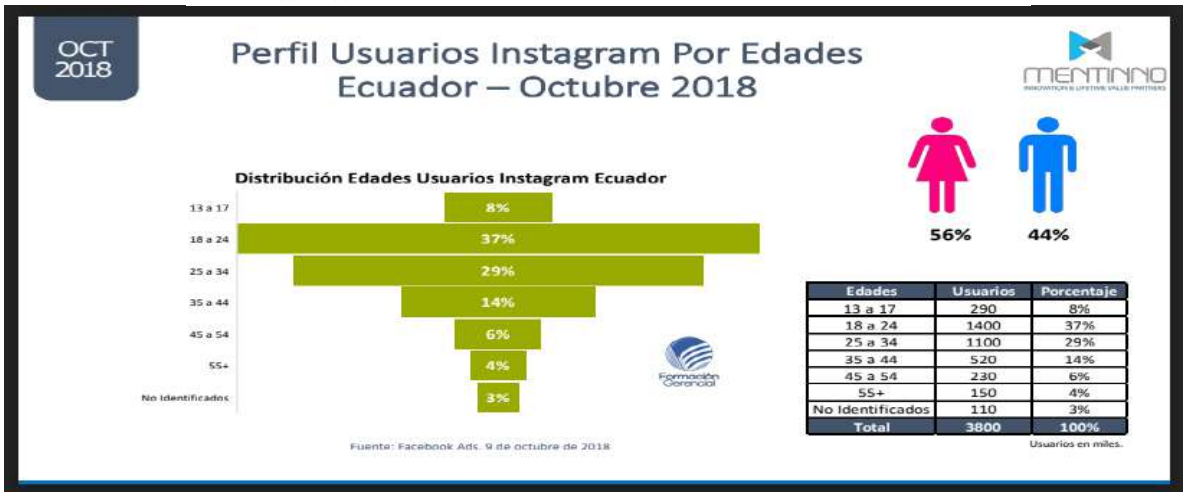
Población – Usuarios en redes sociales



Fuente. Mentinno

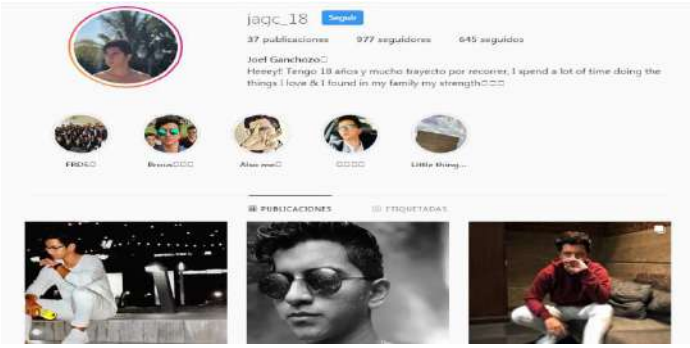


Ranking Páginas Web Ecuador 2018

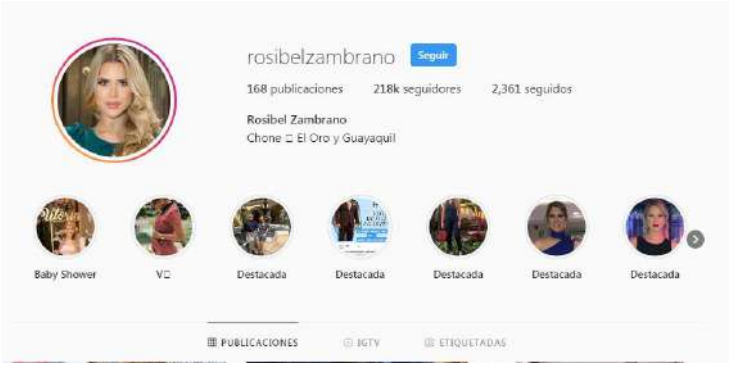


Edades	Usuarios	Porcentaje
13 a 17	290	8%
18 a 24	1400	37%
25 a 34	1100	29%
35 a 44	520	14%
45 a 54	230	6%
55+	150	4%
No Identificados	110	3%
Total	3800	100%

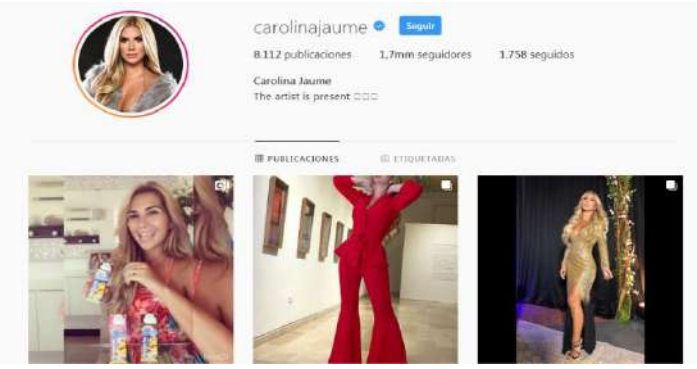
Joel



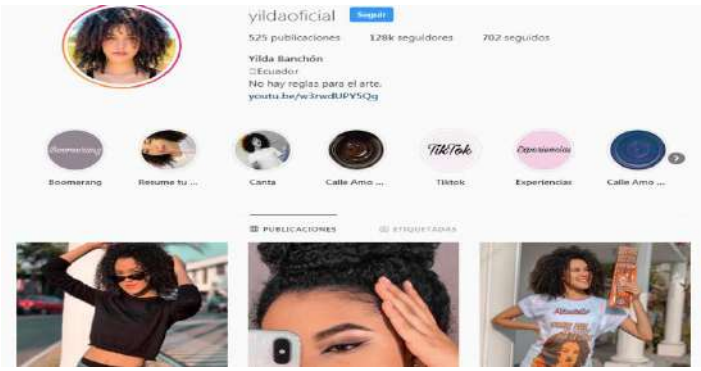
Rosibel



Carolina



Yilda



La red de instagram, fue lanzada el 06 de octubre del 2010, la cual permite a los usuarios subir fotos y videos, mantener sus cuentas personalizadas en privacidad o si lo que buscan es aumentar su número de seguidores omiten este paso, y se imponen la meta de llegar al mayor número posible día a día.

La interacción que se maneja desde las cuentas de los diferentes usuarios de esta red, permite a las marcas lanzar concursos utilizando personalidades de la farándula ecuatoriana como referentes para potenciar el éxito de consumo de la marca.

Los estudios descriptivos miden, los conceptos y/o variables con los que tienen que ver, aunque pueden integrarlas para escribir como se manifiesta el fenómeno de interés. Sin, embargo su objetivo no es indicar como se relacionan las variables. (Hernández, 2016)

CONCLUSIÓN

El presente estudio de investigación y análisis de conceptos efectuado de los diferentes autores y especialistas en el marketing y sus respectivas miradas, o como se lo conoce también como *Mercadotecnia*, lo define como “Un proceso social y administrativo por medio del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación y el intercambio de productos y valores con otros”.

En la versión marketing 1.0 la comunicación era Unidireccional, por ende solo era en un solo sentido, no había interacción entre la empresa y el consumidor en tiempo real porque los medios tradicionales no lo permitían, conforme van cambiando los gustos y preferencias y las tecnologías de la información son protagonistas de romper barreras, paradigmas y distancias, hasta el punto de hacerles hincapié a los cliente y recordarles siempre, que lo único que los separa de sus marcas preferidas o de vivir una experiencia distinta, personalizada y enriquecedora, esta solo aun clip de distancia, como lo es ahora el marketing 4.0.

La hiperconectividad, por su parte es cual barita mágica que con un solo clip permite seleccionar dentro de un sinfín de información, cual es aquella que se adapta a las necesidades, gustos, preferencias y tendencias de los consumidores, en un mercado cibernético recargado de información de todo nivel, para todas la edades y clases sociales. Por su parte las organizaciones tienen la firme visión de trabajar y gestionar sus estrategias comunicacionales a 360°, es decir todo integrado y planificado, entre el cliente interno y externo.

La coherencia entre lo que se dice, se hace, se publica o se comparte tiene que tener el mismo sentido, los colaboradores de la organización son los embajadores de la marca y generadores del *Engagement*, porque un cliente satisfecho va y te recomienda mediante el marketing boca a boca en su entorno, más uno insatisfecho será aquel que se encargue de compartir su mala experiencia y poner en riesgo la credibilidad y reputación de la marca.

BIBLIOGRAFÍA

Ángel Arias, C. (2016). Marketing 3.0 Basado en valores. GestióN Ingenio Y Sociedad, 1(1), 30-34. Recuperado de http://gis.unicafam.edu.co/index.php/gis/article/view/18

Carranza (2018). Personal Branding: Como estrategia de comunicación efectiva en la web 2.0 en los profesionales del Ecuador.

https://ecotec.edu.ec/content/uploads/mcientificas2018/3marketing-comunicacion/014.pdf

Fernández, V. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. Bib.An.Invest. Vol. 11 /ene. – dic. 2015): 64-78. ISSN: 1683-8947

Fuentes, S., y Vera, A. (2015). Análisis de la evolución del marketing 1.0, al marketing 3.0 y propuesta de aplicación en la marca Miller de la compañía Cervecería Nacional en el sector norte de la ciudad de Guayaquil. Ecuador.

Hernández Sampieri, R. y otros (2016): "Metodología de la Investigación". Sexta edición. Editorial McGraw Hill, México

Juan P, Alcázar. (2019). Ecuador Estado Digital Ene/19. Mentinno – Innovation & Lifetime Value Partners. https://drive.google.com/file/d/1aJVBbAQrqCojmQy9EoF2PFzO8Z1aJGA3/view

Kotler Philip (1999). El marketing según Kotler. Como crear, ganar y dominar los mercados. ISBN: 978-84-493-0754-6. www.paidos.com

Lillo, Javier (2015). Los 360° de la comunicación. Bogotá: Ediciones de la U

Maidana, E. (2014). El Marketing según Kotler. Puro Marketing

https://www.puromarketing.com/27/19578/marketing-segun-kotler.html

Mesa Editorial Merca 2.0 (2010). Philip Kotler y su definición de mercadotecnia. México

https://www.merca20.com/philip-kotler-da-su-definicion-de-mercadotecnia/

Meza, V., Villalta, Y. (2015). Estudio de Comportamiento del Consumidor. Managua, Nicaragua

Morales, Aguilar y Giraldo (2015). Los desafíos del Marketing en la era del big data. Revista electrónica semanal. ISSN-1659-4142

https://www.scielo.sa.cr/pdf/eci/v6n1/1659-4142-eci-6-01-00016.pdf

Philip, K. y Armstrong. (1998). Los fundamentos de Mercadotecnia. Cuarta edición

Serrano-Puche, J. (2013). Una propuesta de dieta digital: Repensando el consumo mediático en la era de la hiperconectividad. ISSN: 2172-9077

Vasquez, J. (2017). Tendencias de Marketing. Bogotá D.C., Fundación Universitaria del Área Andina.

Villaseca, D. (2018). Desarrolla tu talento digital. Como acelerar tu carrera y reforzar tu marca personal. Bogotá.

Thompson, Gamble, Peteraf y Strickland. (2012). Administracion estratégica. Teorias y casos. Décimo octava Edición

002. LA PSICOLOGIA DE COLOR EN EL PACKAGING DE LA MARCA

Autores:

Ing. Alex Rendón Alín MSc.
alex.rendona@ug.edu.ec
Universidad de Guayaquil

Lcdo. Carlos Escalante Vera MSc.
carlos.escalantev@ug.edu.ec
Universidad de Guayaquil

RESUMEN

Psicología del color es un campo de estudio que está dirigido analizar el efecto del color en la precepción y la conducta humana, lo resultados de varios estudios muestran que colores y sentimientos no se combinan de manera accidental que sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia de nuestro lenguaje y nuestro pensamiento. si sabemos emplear adecuadamente los colores, ahorraremos mucho tiempo y esfuerzo .El packaging y el brading se trata como disciplinas separadas. El packaging trata sobre la manera de proteger y contener un producto y el branding , sobre cómo se comunica al consumidor las características de dicho producto a través de la marca sin embargo si prestamos atención , resulta evidente que ambas disciplinas están en realidad muy enraizadas .el packaging de la marca proporciona indiscutiblemente el atractivo visual del producto dirigido al cliente en el proceso de diseño de mismo, desde la investigación inicial hasta el desarrollo y de los conceptos y el mensaje de la marca pasada por la ejecución de la idea del diseño y finalmente la producción del propio packaging.

PALABRAS CLAVES.
Psicología del color, Packaging, Branding.

ABSTRAC.
Color psychology is a field of study that aims to analyze the effect of color on human perception and behavior, the results of several studies show that colors and feelings are not accidentally combined that their associations are not matters of taste, but Universal experiences deeply rooted since childhood of our language and our thoughts. If we know how to use colors properly, we will save a lot of time and effort. Packaging and brading are treated as separate disciplines. The packaging is about how to protect and contain a product and branding, about how the characteristics of that product are communicated to the consumer, however if we pay attention, it is clear that both disciplines are actually very rooted. The brand provides an exhaustive process of packaging design, from initial research to development and the concepts and message of the brand passed through the execution of the design idea and finally the production of the packaging itself.

INTRODUCCION.

Es indudable que toda acción de compra y venta se logra a través del impacto visual del producto en el cliente, por tal motivo toda la actividad de la comunicación visual está estructurada en base al manejo compositivo de líneas, formas y colores.

Estos factores han motivado que el presente trabajo tenga como finalidad exaltar la importancia de la psicología del color en el diseño y por consiguiente reforzando las estrategias en el campo de la publicidad, hemos considerado el aspecto psicológico que causa cada color en las mentes y emociones del receptor, recordemos que todos somos visuales al momento de elegir un producto, bien o servicio, ya que la influencia del color no solo se sitúa en productos bebibles o comestibles, sino también al observar las marcas representadas por logotipos, este hecho de observación se torna decisivo en el momento de la elección en diversos ámbitos comerciales.

El presente trabajo abarca principalmente el efecto psicológico del color en las mentes del consumidor, según el estudio realizado todas las personas se rigen por colores y estos a su vez delatan su personalidad y estado de ánimo, gracias a ello se pueden definir las características de los diversos grupos objetivos existentes sin descartar sus hábitos e inclusive su nivel intelectual.

La edad juega un papel preponderante a la hora de elegir el color según la necesidad de promocionar y vender la imagen de una empresa o producto, durante el desarrollo estructural y cromático previo a la selección de colores para una marca se debe considerar la legibilidad de la misma y esto conlleva a la selección de la tipografía adecuada (tipo de letra) para crear el proceso de recordación de la marca con el respaldo indiscutible del color y la tipografía, creando así un Packaging exitoso.
El contraste del color en las marcas tiene su efecto cautivante en el receptor sabiendo mezclar cálidos y fríos de manera mesurada sin crear ruido visual y saturación cromática, estos detalles son los responsables de que los productos se mantengan en los primeros lugares de aceptación en los tiempos actuales.

DESARROLLO

Para la realización de este artículo se han realizado diversas investigaciones acerca de múltiples áreas que intervienen en el diseño del packaging, como es el diseño gráfico, la psicología del color, la publicidad y el branding.
El packaging debe contener, persuadir, presentar e informar, además que el diseño debe permitir su fácil identificación con el producto, es decir que el nombre sea pertinente con lo que está ofreciendo el packaging.

Según GAVIN Y HARRIS, (2011) el packaging es branding, es decir que muchas marcas resaltan a través de buena elaboración o producción de packaging, sumado a ello el correcto uso de la composición artística, tipografía y buen uso del color el packaging forma parte de un conjunto de elementos de comunicación gráfica que se transmite mediante la publicidad, el marketing, las relaciones publicas y las comunicaciones electrónicas virales. Sin embargo, también podría decirse que el envase y la marca son en esencia inseparables.

Se podría afirmar que es packaging es branding, que el packaging representa las manifestaciones de la marca y que la marca vive y se realiza gracias al packaging. Para el uso final, el packaging es parte del producto, es lo que se genera, la confianza y el desarrollo, la lealtad hacia el producto, conseguir la fidelidad hacia la marca es el desafío real del diseñador de packaging.

El packaging y su diseño han llegado a desempeñar un papel cada vez más pertinente en el ejercicio de la marca, ya que no se limita a preocuparse por la necesidad de contener y proteger un producto, el packaging se ha vuelto más sostificado y hoy en día desempeña un papel clave en el proceso de la marca. (HARRIS 2011),

El branding y rebranding. El branding y packaging tienen un ciclo vital, o que significa que existe la necesidad de evaluar y modificar con regularidad ciertos aspectos para mantener una marca, entre sus atributos podemos contar con la personalidad de marca la cual se rige por la influencia de las líneas y las figuras geométricas que la conforman. Cuando una marca ya no conecta con su mercado objetivo, suele ser el momento de asumir un proceso de rebranding del producto o línea para corregirlos. A la hora de emprender una revisión de la marca, el primer paso consiste en identificar y centrarse en las características que son realmente importantes. A menudo, los diseñadores se encuentran con demasiadas cosas como el presupuesto limitado lo cual dificulta el normal desarrollo de la creatividad. Una vez decidido lo que es importante, pueden examinarse el lugar que ocupa la marca respecto a la competencia. Las marcas existentes son más conocidas en el mercado y los consumidores ya han hecho sus asociaciones sean buenas o malas, una nueva marca no tiene ese lastre y representa una pizarra en blanco que hay que colocar ante los clientes. Para poder destacar de la competencia, a menudo las marcas nuevas optan por un enfoque distinto a los adoptados por productos similares. Si esta estrategia tiene éxito puede suceder que, con el tiempo, la competencia copie a esta marca y que acabe de manera inevitable perdida en un mar de diseños similares. Entonces pueden emprenderse un rediseño o reposicionamiento considerando el aumento de la competencia de forma económica y mundial, como segundo punto podemos enseñar la aparición de mercados exageradamente segmentados, además de los cortos ciclos de vida de los productos, sin descartar los cambios de hábitos y actitudes de los clientes.

Diseño emocional. Los colores son elementos visuales que forman parte de la identidad de la marca, pueden provocar diferentes tipos de emociones, los colores atribuyen a un producto, personalidad y estilo, permiten que sean identificados y recordarlos con mayor facilidad, brindando mejor presentación, del producto y posicionándolo del mercado, ya que para el cerebro es más fácil de codificar los colores de un texto.

Conocemos mucho más de sentimientos que colores, por eso cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. El mismo rojo puede resultar erótico o brutal, inoportuno o noble, Un mismo verde puede parecer saludable, veneno o tranquilizante. Un amarillo radiante o hiriente. Ningún color aparece aislado, cada color está rodeado de otros colores. En un efecto intervienen varios colores que transmiten sensaciones y emociones en los consumidores. (Héller 2017).

El uso de un único color llamativo ayuda a diferenciar las distintas variedades y hace que el producto destaque en el estante frente al caleidoscopio de colores que lo rodean. El diseño también aprovecha al máximo la superficie metálica y las limitaciones de expresión.

El diseño de packaging va más allá de crear un envase en que situar un producto una tarea relativamente sencilla), debe producir algo que comunique de manera directa con el público objetivo y que establezca un vínculo positivo. En este texto. Un buen diseño de packaging debe considerar dos factores principales los públicos y sectores de compra masiva.

Sector Públicos. El primer paso hacia un buen diseño de packaging es identificar al público principal al que está dirigido el diseño, los diseñadores del packaging deberán centrarse en un porcentaje de los clientes que representan sus mejores consumidores y por lo tanto, la oportunidad más fiable. Se propone cinco tipos fundamentales de compradores.
Clientes fieles que representan no el más del 20% de la base de clientes, pero generan más del 50% de las ventas.

Clientes de descuento compran con frecuencia, pero toman sus decisiones basándose en el importe rebajado.

Clientes impulsivos no tiene como máxima prioridad comprar un determinado objetivo, pero compran lo que en cada momento les parece adecuado.

Clientes con necesidades salen con la intensión específica de comprar un objeto determinado.

Clientes sin rumbo fijo. Sin una necesidad o deseo específico, más bien esperan obtener una sensación de experiencia o comunidad.

Diseñar envases implica mucho más que el acabado y las imágenes de un packaging. Un diseño bien creado no cumplirá con un objetivo si su mercado no reconoce ni acepta el mensaje que transmite. Es poco probable que utilizar motivos florales es un producto de cosmetología masculina se convierta en un éxito, ya que pueden entrar en conflicto con el concepto que tienen de sí mismo los hombres del mercado objetivo, Hay que asegurarse de que se transmite un mensaje adecuado, algo que pueda ser más difícil de lo que parece. Los envases modernos son un cumulo de contradicciones. Nos atraen consciente e inconscientemente la envoltura debido al **neurodesing** que es una ciencia que estudia la mente humana para ayudar a crear diseños más efectivos y rentables. Su objetivo es el de dar respuesta acerca de cómo un producto puede diferenciarse y sobresalir con respecto a otros de la competencia, pueden o deben utilizarse para obtener unas determinadas emociones y precepciones positivas que impliquen comportamientos favorables de los clientes actuales y potenciales hacia una determinada marca o producto o como un diseño puede contribuir o generar sentimientos o comportamientos de fidelidad hacia una marca o gama de productos. Son estructura físicamente, pero al mismo tiempo implican ilusiones. Se dirigen a la vez a nuestras emociones y a nuestra razón. Para asegurase de que se recibiera de manera correcta, el packaging debería orientarse al perfil de carácter del consumidor objetivó.

El packaging y el branding deben conectar con las aspiraciones y expectativas especificas del mercado objetivo, cada provincia, cada zona, sector deben tener en cuenta donde se va a

utilizar el envase y conocer las limitaciones como oportunidades que las normas locales pueden presentar. Los mensajes que transmiten un packaging deben fiarse a un nivel apropiado para el público esperado. En general cuando más internacional es un producto como el caso de Bimbo aquí en Ecuador debe ser más específico el producto en referencia culturales, como el nombre, las indicaciones del etiquetado, y su comunicación visual de el con el producto. En los productos de regiones suele hacer un hincapié en los rasgos culturales de su origen o en aspectos que los consumidores pueden asociar con él. En los términos de Geografía, el diseño de packaging debe comunicar conceptos que en el principio pueden parecer opuestos transmitir una sensación de una región concreta que a la vez pueda ser interpretada y entendida en un ámbito mucho más amplio que el mercado autóctono del producto, como ejemplo el queso Salinerito. Que es de consumo nacional, como de exportación.

Dentro de un packaging se debe tener en cuenta su sicología e impacto de colores que influyen en el ser humano como ejemplo tenemos los colores más apreciados por la vista que son Azul, verde, el rojo, negro, amarillo, violeta, naranja, blanco, rosa, marrón, y oro se utilizan para envases biodegradables y ecológicos. Y los colores menos apreciados tenemos el Marrón, rosa, Gris, Violeta, naranja, amarillo, negro, verde, rojo, plata, y blanco envases de limpieza y tóxicos para la salud humana.

Según Heller dentro de los colores preferidos tenemos el azul que es el más aceptado por los hombres con un 46% porque es un color amable, simpático, y que inspira confianza , pero también es frio y pasivo a la vez que se asocia con la fantasía .y en las mujeres con un 44% , el azul tiene su significado en los símbolos en los sentimientos que al asociamos.. Es el color de todas las buenas cualidades que se acreditan con el tiempo. Dé todos los buenos sentimientos que no están dominados por la simple pasión, sino que se basan en la competencia recíproca. No hay sentimiento negativo en el que se domine el azul No es extraño que el azul tenga tanta aceptación.

El azul es el color más nombrado en relación con la simpatía, la armonía, la amistad y la confianza. Estos son los sentimientos que solo se acreditan con el tiempo, que casi siempre nacen con el tiempo y que siempre se basan en la reciprocidad.

El secreto de los colores complementarios.

Los colores complementarios son en un sentido técnico, los colores con el máximo contraste; por eso se les llama también colores contrarios. En el círculo de los colores, los complementarios se hallan siempre uno frente al otro. Frente a cada uno de los tres colores primarios, azul, rojo y amarillo, hay un color secundario; naranja, verde, y violeta respectivamente. Los pares de colores complementarios son azul, naranja, rojo verde y amarillo violeta, al mezclarse entre si todos los colores complementarios dan un color gris. Los pintores antiguos sabían, naturalmente por experiencia, como mezclar los colores, pero desconocían el principio de los colores complementarios. Estos tampoco desempeñaban un papel significativo en el simbolismo de los colores.

Los contrastes Psicológicos.

Los colores psicológicamente contrarios son pares de colores con el máximo contraste según muestran sensaciones y nuestro entendimiento, un contraste que aparece también muy claramente en el simbolismo.

Una pequeña descripción con los colores más nombrados en relación con los sentimientos e impresión está el azul frio, sereno pasivo y fiel, el color de las cualidades espirituales en posición al rojo de la pasión, cada acorde cromático, formado con los colores más nombrados, es característico de un sentimiento o de una impresión. Esa relación se establece con el acorde y no solamente con el color principal. Con el verde y el rojo , el azul despierta sentimientos de simpatía y armonía , con el violeta sugiere la fantasía y con el negro parece masculino y grande, el rojo del amor , combinado con la rosa , parece inocente y con el violeta seductor ,junto al negro, adquiere un significado negativo: parece agresivo y brutal Amarillo divertido junto al naranja y al rojo y amable junto al azul y el rosa, combinando con gris y negro, el amarillo se torna siempre negativo como el acorde de la envidia y de los celos Verde tranquilizante junto al azul y el blanco , con el azul y el amarillo forma acorde de la esperanza, con el rojo , el de lo sano y con el violeta , el de lo venenoso . Blanco ideal y noble junto al oro y el azul, objetivo junto al gris, ligerísimo juntó al amarillo, silencioso junto al rosa. Negro anguloso y duro junto al gris y el azul, elegante junto al plata y el blanco poderoso junto al oro y el rojo. Violeta extravagante y el artificial junto al plata, original y frívolo con el naranja, mágico con el negro. Rosa dedicado y femenino juntó al rojo, infantil junto al amarillo y el blanco, dulce y barato junto al naranja. Naranja divertido con el amarillo y el rojo y gustosos con el oro. Llamativo e inadecuado junto al violeta. Armónico con el verde y el marrón acogedor solo junto a colores alegres y luminosos, anticuado y feo junto a todos los colores apagados. Corrientes y tonto junto al gris y el rosa. Anti eróticos junto al blanco. Áspero y desagradable junto al verde y el violeta. Y el Oro la felicidad con el rojo y el verde, la belleza con el blanco y el rojo la presuntuosidad con el naranja y el amarillo.

El color de loa anuncios publicitarios.

El rojo es un color omnipresente en la publicidad. Es el color de los anuncios y esta puede ser la razón de que el rojo sea un color cada vez menos apreciado. La creencia en la eficiencia limitada del rojo en la publicidad olvida lo siguiente: una información impresa en rojo, óptimamente llama más atención que si está impresa en negro, pero como tiene aspecto publicitario no se lee, y un mensaje publicitario, no se lee vale tanto como nada, pero más caro, mucho más caro. A los publicistas no le gusta oír esto. Ellos prometen más atención del consumidor con un diseño generoso en el color; pero no es cierto. La razón más importante es esta: Un diseño con mucho color cuesta menos, y cuanto más cara la publicidad, más gana el publicista, Por este motivo seguirá la publicidad abusando de los colores, aunque sean inútiles para su propósito. Por otro lado, está comprobando que en las revistas en las que abundan las imágenes en el color, los anuncios en blanco y negro, que parecen al texto, son los más leídos El lector puede comprobar por sí mismo este efecto.

La escasa atención a los textos con la letra roja tiene también una explicación en la psicología dela precepción. Las letras rojas se leen mal. El efecto teóricamente perseguido de las palabras que resaltan gracias al color rojo se torna en la práctica contraria.

Marcas comerciales y propias. Una de las principales distinciones que pueden hacerse entre las marcas es entre marcas comerciales y marcas propias, es decir, aquellas fabricadas por una empresa para ser vendidas por un vendedor, o las que son fabricadas y vendidas por el mismo vendedor o la misma tienda.

Marcas comerciales. Una comercial es una marca autónoma que compite con el resto de la marca en el mercado. Fabricantes como Arca, Pepsico, Heinz fabrican productos que compiten directamente con otras marcas. La marca Heinz, por ejemplo, estarán en una percha junto a otras marcas de otros fabricantes y la revisión propia del supermercado.

Marcas propias. Las marcas propias o Blancas son desarrolladas por los supermercados y otros vendedores, en especial en el área de alimentación y productos para el hogar, para atraer a los consumidores de una forma más amplia y genérica. Los vendedores se enfrentan a un auténtico conflicto de intereses cuando desarrollan marcas propias, ya que competirán inevitablemente con las marcas lidere del mercado, que también se venden en sus tiendas, Los consumidores se ven muy atraídos por las marcas líderes, sus campañas de marketing y sus packaging son reconocibles con facilidad; las marcas propias, por lo tanto, a menudo buscan aprovecharse de su éxito.

En los segmentos de mercados más competitivos, los vendedores y otros productores crean marcas de imitación con características muy parecidas a las de las marcas líderes mediante la proximidad y la similitud busca beneficiarse y conseguir del consumidor el mismo trato favorable que tienen las mismas marcas. Las marcas propias aumentan el número de gente que compra en ese segmento.

Monolíticas, promocionadas y exclusivas.
Las marcas pueden clasificarse desde una de estas tres estructuras generales, monolíticas, promocionadas o exclusivas, según su nivel de originalidad o de si forma parte de un concepto de marca mayor. Cada estructura tiene ventajas y una empresa elegirá una u otra en función de su estrategia general y el valor de una marca, y de si se puede aplicarse con eficiencia o no a otros productos.

Monolíticas Una marca monolítica es la utilizada en toda una gama de productos para aprovechar el prestigio, tradición, especialización y reputación generales de una empresa en un segmento de mercado, y para que los clientes sean conscientes de que suministrara una gran variedad de productos de dichas cualidades. Ambrose, Harris (2011).

Promocionadas Un modelo de marcas promocionadas tiene marcas individuales para diferentes segmentos de productos, que se presentan como asociadas a una marca matriz Este sistema permite que el producto se beneficie del prestigio, tradición y reputación de la empresa madre, mientras mantiene la libertad de desarrollar marcas específicas, con características a la que los consumidores respondan favorablemente, para cada sector. Ambrose, Harris (2011).

Exclusivas. El modelo de marca exclusiva describe una marca autónoma desarrollada por cada segmento sin referencia alguna a la marca de la empresa matriz. Este sistema da a cada marca una máxima oportunidad de diferenciación y especialización, para de este modo

dirigirse a las necesidades del mercado sin tener que cargar con las precepciones negativas que pueda tener la marca matriz. Ambrose, Harris (2011).

El diseño de packaging suele asociarse con las cualidades de lujo y precio. Ambas buscan mejorar el atractivo del producto para el consumidor, pero centrándose en aspectos y estilos de vida muy distintos. En esencia, diseñar para el mercado de lujo tiende a añadir elementos al volumen del packaging, mientras que a menudo diseñar para una estrategia de precio lo reduce.

Lujo: Los productos de lujo trasmiten prestigio, y están en cualidad se pueden proyectar en el packaging mediante el uso de materiales de alta calidad y mostrando unos valores estéticos refinados. Esto quizá está lejos de los principios de diseño aceptados, en general de la forma sigue la fusión y menos es más pero el diseño presenta una gran cantidad de paradojas.

Importancia: Algunos productos son importantes porque representan ciertos rasgos o deseos, por lo tanto, adquieren un cierto significado. En consecuencia, suelen llegar a ser reconocidos como indicadores de dichos rasgos, deseos o significados.

Precio: El precio es un estado mental por el cual una persona siente que la recompensa o beneficio que recibe de algo es igual al mayor esfuerzo o gasto necesario para obtener. El precio es relativo al individuo, un auto Mercedes Benz puede presentar una compra barata para un millonario, pero alguien con menos medios lo considerara un objeto de lujo. En el Marketing y el Branding a menudo el precio se refiere a una opción de bajo costo, con una oferta especial. Por lo lado, la estrategia de precio puede conseguirse mediante la suma de elementos extras. Los valores de una marca de lujo o precio se presentan mediante la calidad de materiales del producto y del packaging. Sin embargo, para crear un producto de lujo no siempre es necesario el uso de materiales de alta calidad o exóticos, sino que se puede conseguir a través del mensaje de una marca, apoyada por el packaging, que los consumidores perciban como gran valor. se puede trasmitir una sensación de lujo o de precio únicamente a través del branding, sin necesidad de cambiar el producto. No obstante, la calidad del producto debe ser suficiente para apoyar los valores de la marca.

Método de investigación.
La presente investigación utilizó el método mixto que en sí es el método Cuali - Cuantitativo con el fin de estudiar el entorno social logrando describir cada una de las variables que se presentan en este trabajo. Y en cuanto a las técnicas pueden mencionarse la exploratoria descriptiva.

El diseño de investigación o la forma de recopilar información será la base para fundamentarlos resultados relevantes. En el presente proyecto se tomará como Población el total de personas que residen en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, quienes representan el 2´7000.000 habitantes, datos tomados del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

Fórmula: Infinita.

$$n = \frac{Z^2.N.pq}{e^2(N-1)+Z^2pq}$$

n= Tamaño de muestra	
N= Población:	**2´700.000**
Z= Fiabilidad	1,96
e= Margen de error	5%
P= confianza (% si ocurra)	0,5
Q=error (% no ocurra)	0,5
NC= nivel confianza	96%

$$n = \frac{(1.96)^2(2´700.000)(0,50)(0,50)}{0,05^2(1´050.826-1)+(1.96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{1009213.29}{2628.0229}$$

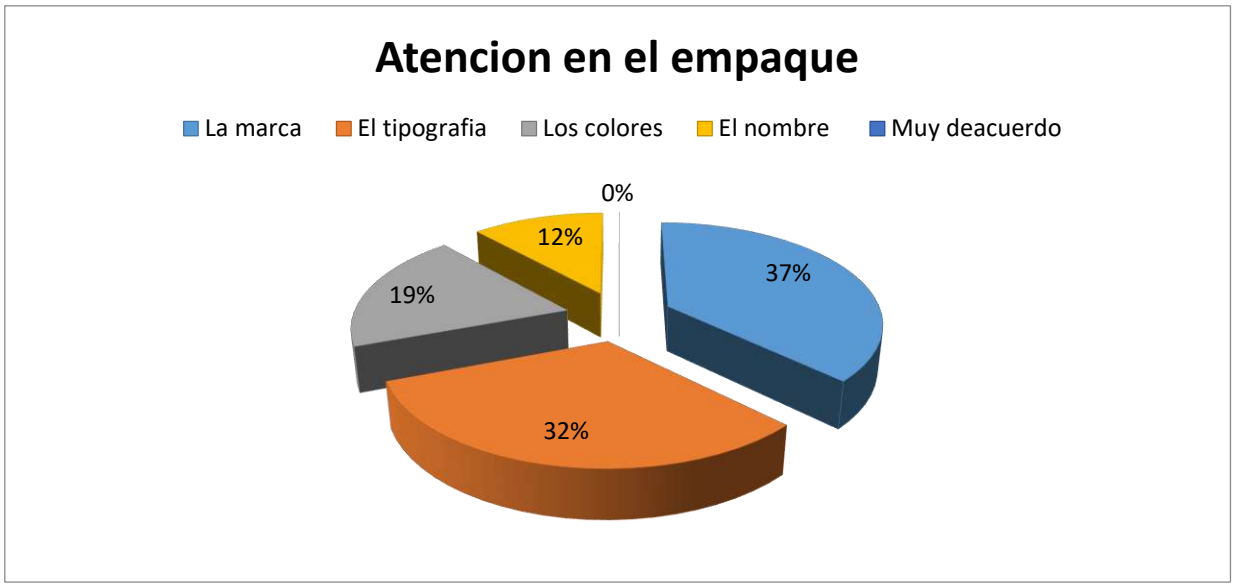
n = 384

ANALISIS DE DATOS

Tabla 1 factor atención en el empaque

1) Que es lo que más le llama la atención de un empaque

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º 1	Muy de acuerdo	143	37%
	De acuerdo	123	32%
	Indiferente	73	19%
	En desacuerdo	45	12%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**



Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.

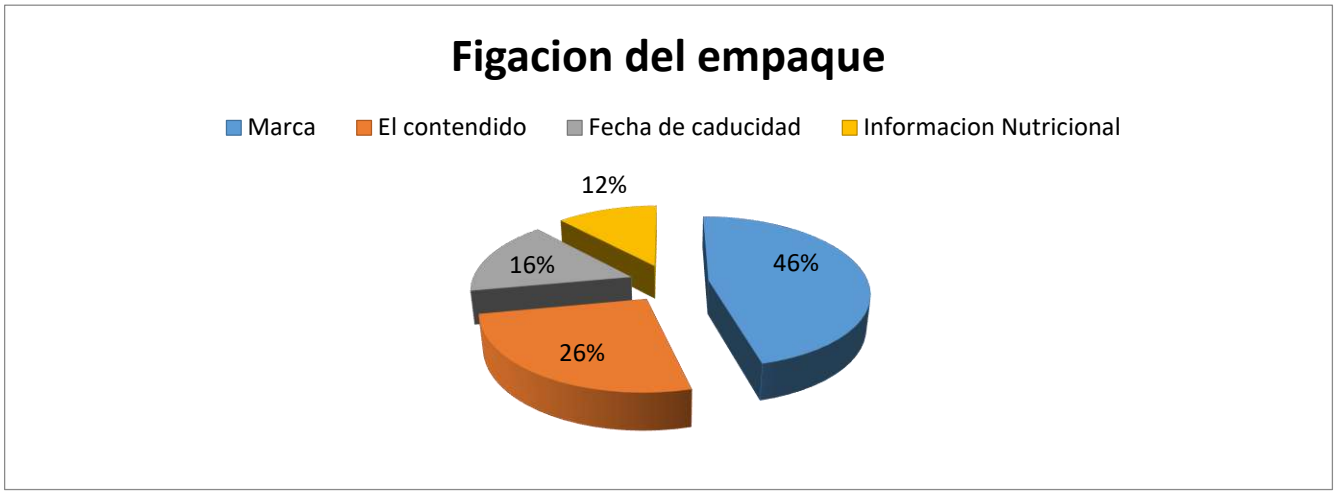
Elaborado: Por Alex Rendón A

Como resultado obtenido, los consumidores que más les llama la atención para ellos dentro del empaque es la marca, teniendo como segundo opción la tipografía y como tercera fase los colores de la misma lo cual hay que tener mucho cuidado con modificaciones en el empaque si este está bien posicionado.

Tabla 2 factor Visualización del empaque

2) Al visualizar un empaqué dentro de un mostrador que es lo que más le llama la atención,

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
	Muy de acuerdo	176	46%
	De acuerdo	100	26%
Ítem N.º2	Indiferente	61	16%
	En desacuerdo	46	12%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**



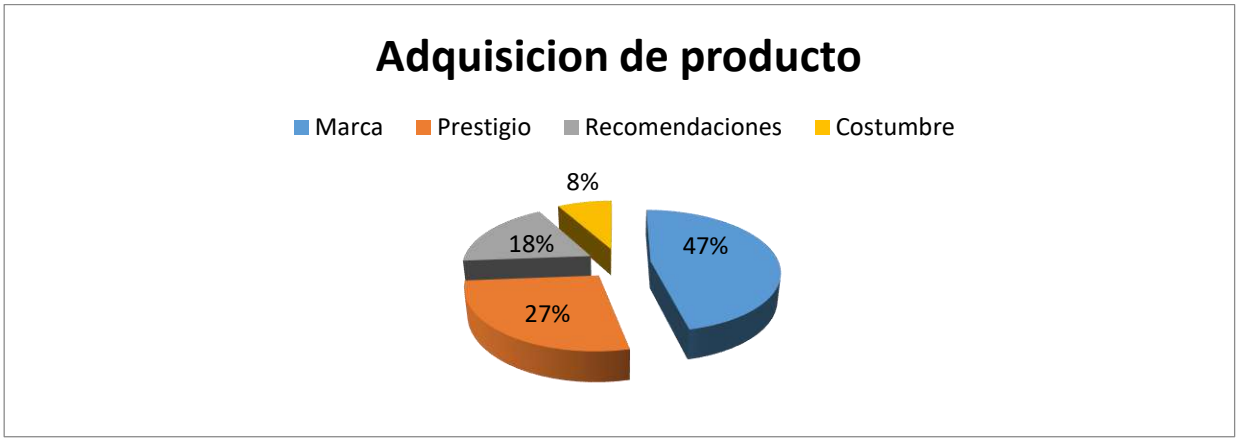
Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A

Se obtuvieron los siguientes resultados sobre la fijación del empaque en que los consumidores encuestados dieron un resultado que es más dado en la fijación de la marca, seguido del contenido del mismo, en la fijación de caducidad y por último la información nutricional de la misma que nos da como información que el consumidor cada dio esta más preparado para elegir un producto.

Tabla 3 factor Visualización de merchandising en la percha

3) Cuando usted está dentro de un supermercado y se encuentra frente a la percha que es lo que más le gusta del empaque

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º3	Muy de acuerdo	165	43%
	De acuerdo	173	45%
	Indiferente	31	8%
	En desacuerdo	16	4%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**



Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A

Se obtuvieron los siguientes resultados de visualización en merchandising en la percha la cual dio resultados que los consumidores esperan en los empaques un fácil manejo de los mismo, segundo la envoltura de lo mismo, sus colores en menos proporción y por último los contenidos de los mismo.

Tabla 4 factor Adquisición de producto

4) Usted cuando va a adquirir un producto lo hace por

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º4	Muy de acuerdo	177	46%
	De acuerdo	104	27%
	Indiferente	69	18%
	En desacuerdo	31	8%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**

Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A

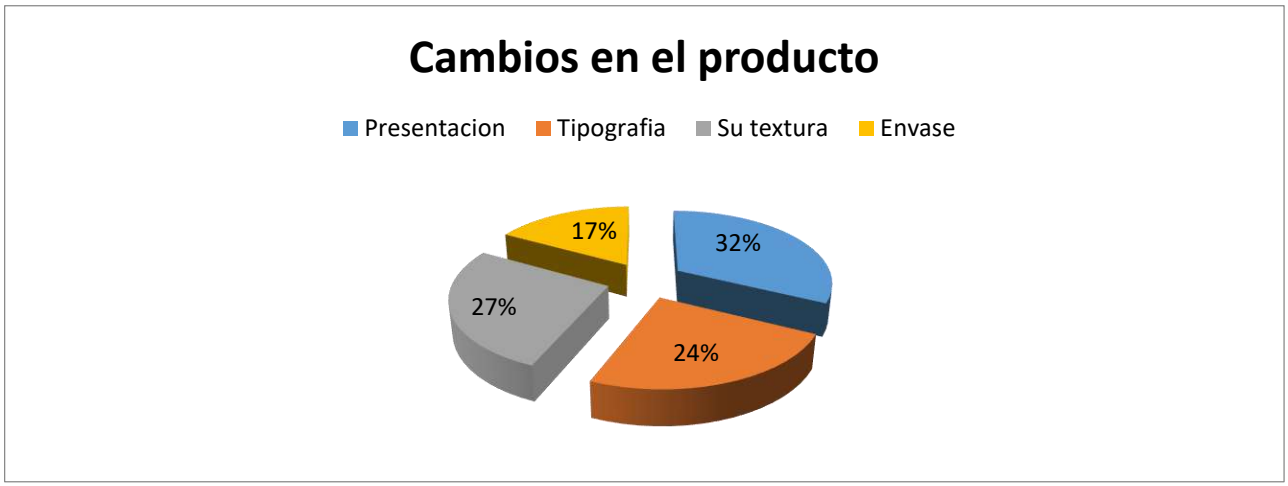
Dentro de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados en que los consumidores se fijan en el empaque más en la marca, luego en su prestigio como marca nacional o multinacional, otra por recomendaciones de la misa y por costumbre que se han venido comprando el producto de generación en generación y por la formulación.

Tabla 5 factor Cambios en el producto

5) Notaria usted el cambio a su producto que consume con frecuencia por

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º5	Muy de acuerdo	124	32%

De acuerdo	92	24%
Indiferente	103	27%
En desacuerdo	65	17%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTALES	**384**	**100 %**



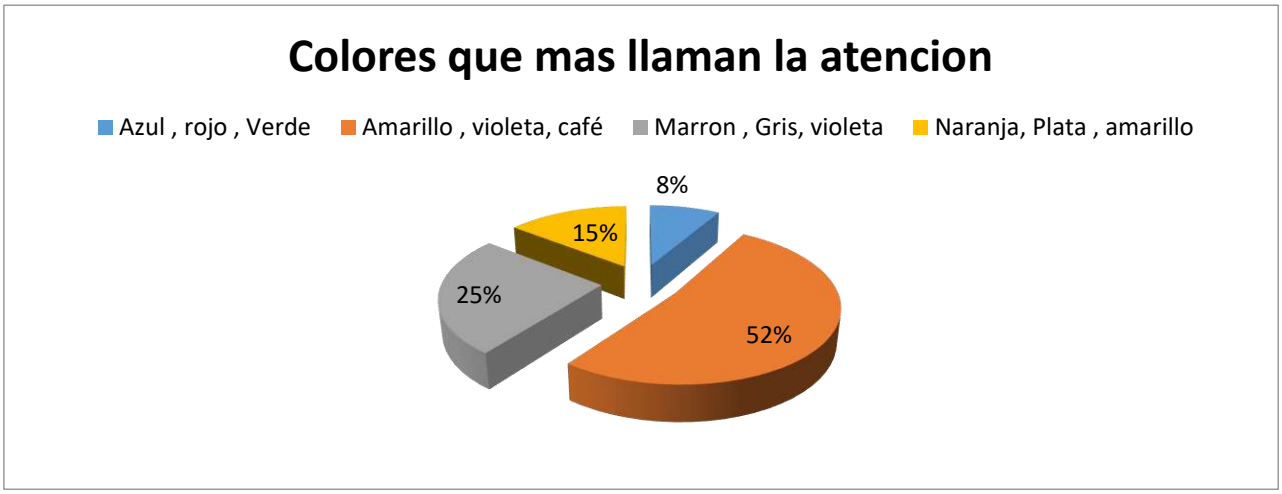
Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A

Los resultados obtenidos son relevantes como la presentación del producto que si se realiza solo un cambio breve, como presentación tipografía, textura , o envase el consumidor se dará cuenta del mismo y producirá confusión en el mismo e incluso pensara que su sabor formula han cambiado a pesar de estos no sufrieron cambios en los mismo.

Tabla 6 factor Colores que más llaman la atención del consumidor

6) De los clores que se la va a mencionar cuál de ellos le llama la atención

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º6	Muy de acuerdo	188	49%
	De acuerdo	111	29%
	Indiferente	54	14%
	En desacuerdo	31	8%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**



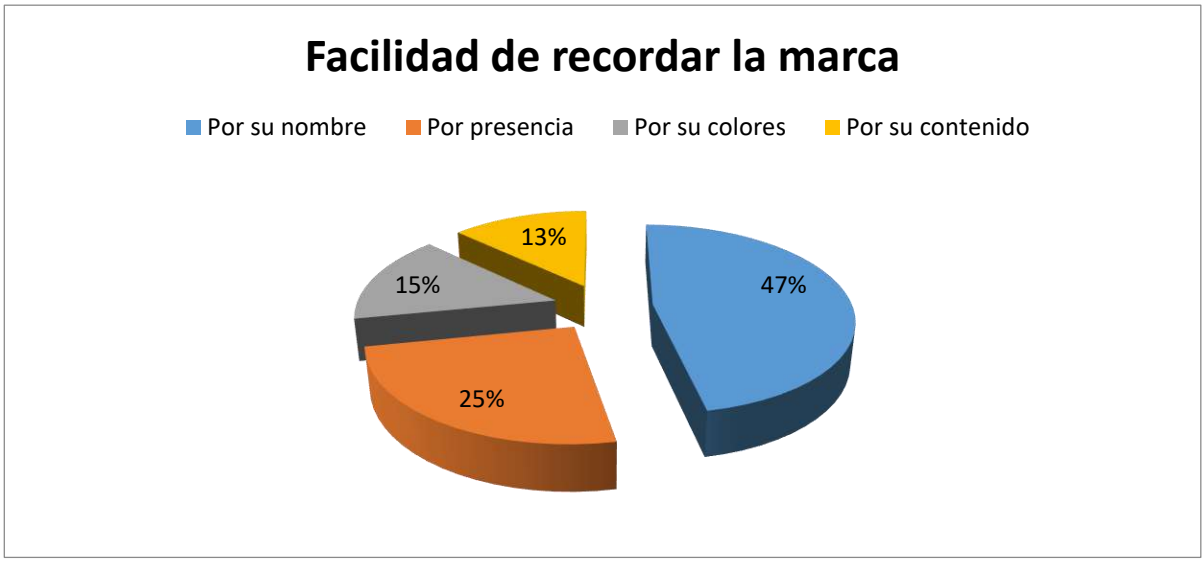
Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A

Los resultados obtenidos son relevantes como los colores más llamativos se dieron el azul porque es un color de fidelidad, de la fantasía, y a su vez un color frio e intelectual, a su vez el amarillo de color de tradición de optimismo y de energía, el Marrón el rechazado de los colores por ser un color que no tiene simbolismo y por ser un color feo y vulgar, y por último el naranja muestras de sentimientos, exótico o también conocido como rojo anaranjado.

Tabla 7 factores facilidad de recordar la marca

7) Con que facilidad se le hace recordar una marca

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º7	Muy de acuerdo	180	47%
	De acuerdo	96	25%
	Indiferente	58	15%
	En desacuerdo	50	13%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**



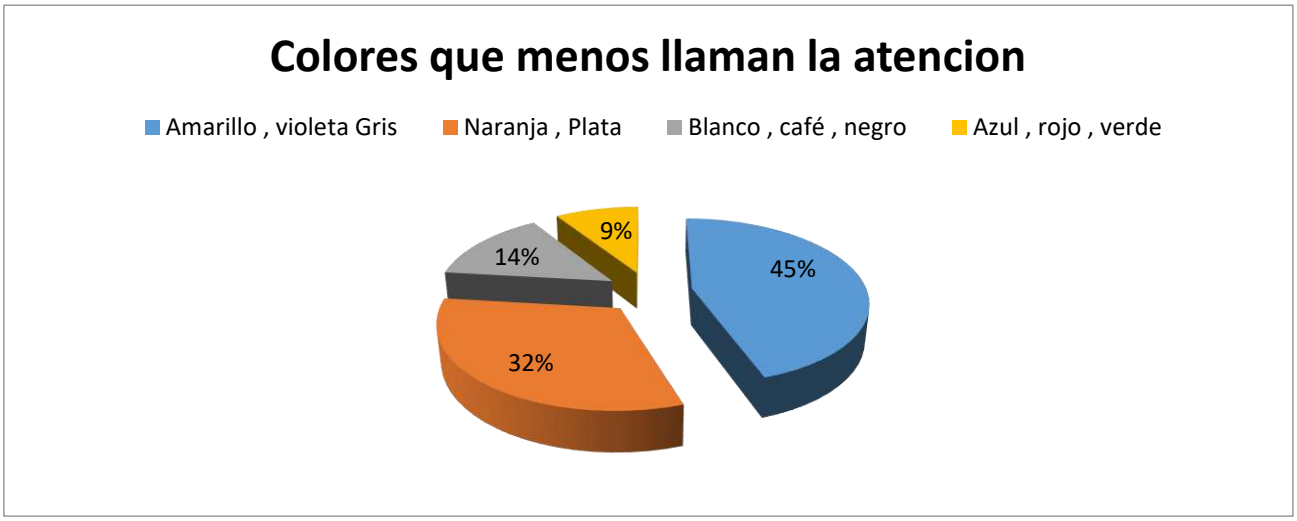
Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A

Los resultados obtenidos son totalmente relevantes ya que se demuestra una vez más que el nombre de una marca debe ser fácil de recordar, pronunciar y de visualizar, segundo la presentación de la misma da mucho de decir y enfocada a lo que quiere demostrar el producto a través de sus colores enfocados al contenido del mismo para la apreciación del mismo.

Tabla 8 factores colores que menos llaman la atención

8) De los colores que le voy a mencionar cuales de los nombrados no le llama la atención

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º8	Muy de acuerdo	172	45%
	De acuerdo	123	32%
	Indiferente	54	14%
	En desacuerdo	35	9%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**



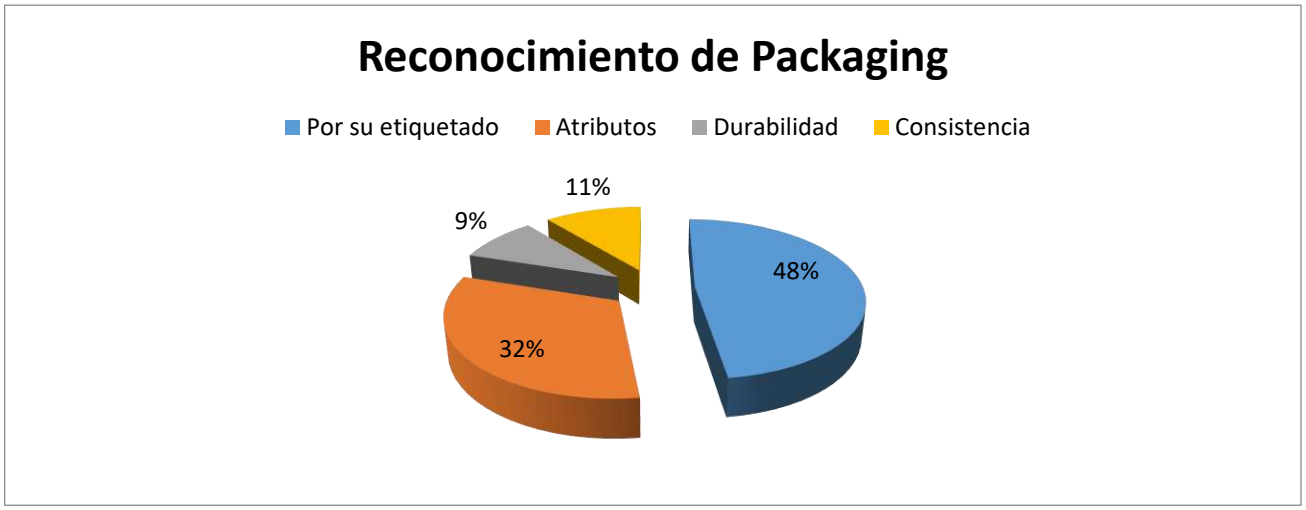
Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A

Los resultado de la encuestan dieron que los colores menos llamativos son el violeta como color de sentimientos ambivalente y más raros y poco común de llamar la atención, seguido en el plata en que menos se piensa, color secundario y color dominante ante la mente, y por último el negro color del poder, de la violencia y de la muerte pero color favorito de los diseñadores y el color de la elegancia.

Tabla 9 factores que influyen en el reconocimiento de Packaging

9) La marca que usted lleva a su hogar lo hace por:

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º9	Muy de acuerdo	184	45%
	De acuerdo	123	35%
	Indiferente	35	9%
	En desacuerdo	42	11%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**



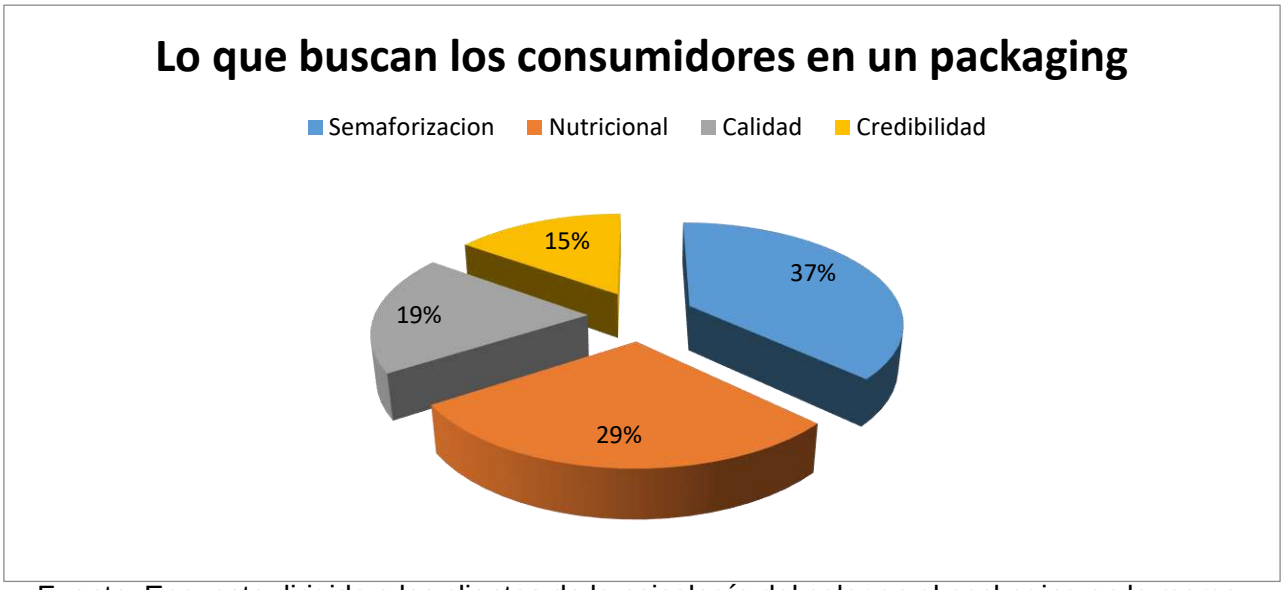
Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A-

Los resultados de la encuesta son bien contundentes el reconociendo del packaging se da por etiquetado completo que ayuda la empaque a ser reconocido en segundo término los atributos, como la durabilidad del mismo y por último su resistencia en lo físico y protección climática de la misma.

Tabla 10. Factores que se buscan los consumidores en un Packaging

10) Que es lo que buscas en un empaque

CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N.º10	Muy de acuerdo	142	37%
	De acuerdo	111	29%
	Indiferente	73	19%
	En desacuerdo	58	15%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	**384**	**100 %**



Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de la psicología del color en el packaging en la marca.
Elaborado: Por Alex Rendón A-

Los resultados de la encuesta son bien claros los consumidores cada día son exigente en los empaques y es bien claro que están buscando claridad de los fabricantes que sean más específicos como la semaforización, la nutrición de calorías, la calidad y credibilidad del mismo y no teniendo una mala información o publicidad engañosa de la misma.

CONCLUSIÓN

Podemos afirmar que el color es el principal motivo de atracción, motivación y estímulo para poder llegar a la creación del Branding y el Packaging, ya que sin él no existiría el atractivo visual.

La comunicación visual no solo es el buen uso de los elementos composicionales y sus reglas, esto va más allá cuando se suma el aspecto psicológico y sus múltiples emociones, siendo las principales causas del éxito del Branding y el Packaging, es de gran utilidad el análisis de los resultados del comportamiento del consumidor logrando así un perfil muy certero en cuanto al posible futuro cliente, las emociones cromáticas se mantienen a lo largo del tiempo desde la niñez hasta la mayoría de edad, podemos citar como ejemplo la lealtad al color de un equipo de futbol o la marca de un producto de consumo masivo, esto se debe a factores afectivos que se heredan de generación en generación como resultado de hábitos y tradiciones familiares muy acentuadas debido al posicionamiento y posicionamiento y sus estrategias dirigidas sobre todo al aspecto emocional, un ejemplo de ello es el auge que hoy en día tiene el Neuromarketing el cuál utiliza todos los recursos posibles siendo protagonistas principales los cinco sentidos.
Se recomienda el estudio y análisis del color en el branding y el Packaging plasmándolo en bocetos tangibles como lo son el 3D, comúnmente llamados Dummies antes de cualquier lanzamiento al mercado, dicha comprobación se puede llevar a cabo con muestreos internos para verificar la eficacia del color según el grupo objetivo que se pretende conquistar.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Adolfo Rodríguez, S. (2014). México DF: Editores EDISIONA. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA.
2. Alfredo Martínez, H. (2014). Nutrición saludable. México DF: Editorial Panamericana.
3. Blanca Bernal, E. (2014). Bogotá Colombia: EDITORIAL OINDE S.A. Posicionamiento en el mercado.
4. Collazos, D. (2014). México DF: Einar Albarran. Marketing Mix: Las 4 P del marketing.
5. Definiciones. (2016). http://definicion.de/. Obtenido de http://definicion.de/
6. Ernesto de la Torre, V. (2014). Madrid España: Mc Graw Hill. Introducción de metodología de la investigación.
7. Espinoza, R. (2014). Bogotá Colombia.
8. Estrategias de marketing.
9. Francisco J. Meza, C. (2012). México DF: Punto 5 Editores Estrategia de marketing..
10. INEC. (2015). Habitantes en Guayaquil consumos.
11. Jáuregui, A. (2014). Bogotá Colombia: Endora Ediciones. Elementos de un estudio de precios.
12. Javier Diaz, L. (2013). México DF: Iceberd Editores. Claves de marketing para pequeñas y medianas empresas.
13. José Luis Munuera, A. (2014). México. Estrategias de Marketing.
14. José Sahui, M. (2014). México DF: Ediciona.
15. Dirección de Mercadotecnia.
16. Kotler, P. (2014) Buenos Aires Argentina. DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA.
17. Prograno, R. (2015). Análisis FODA: Buenos Aires Argentina. diagnóstico para decidir.
18. Quintanilla, I. (2014). Psicologia del consumidor.
19. Raúl Fernando Rodríguez, V. (2015). Bogotá Colombia: Promolibro. Mercadotecnia y Ventas De Poder. México DF: Edición.
20. Revista Lideres. (2015). El mercado de empaques una oportunidad comercial. Líderes, 25.
21. Sanagustín, E. (2014). Bogotá Colombia: Zamora Editores.
22. Marketing y Pymes.
23. Shnaars, S. (2015). : Dos Santos editores Bogotá Colombia. Estrategias de marketing orientadas hacia ale consumidor. EEUU California
24. Thompson, I. (2015). México DF: Edición.
25. La segmentación de mercado.

003. PROPUESTA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DIGITAL PARA MEJORAR LA IMAGEN DE MARCA DE UNA EMPRESA DE MEDICINA INTEGRATIVA.

Autores:

Lcdo. Francisco Yoong O.
Licenciado en Comunicación con énfasis en Marketing
franciscoyoong@hotmail.com

Lcda. Lorraine Chedraui A. MdB.
Docente Marketing y Comunicación
Universidad Ecotec
lchedraui@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal proponer una campaña publicitaria digital para mejorar la imagen de marca de una empresa de medicina integrativa en la ciudad Guayaquil, año 2019. Se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo a través de las técnicas de *focus group,* encuestas y entrevista para identificar la recordación de los anuncios, el *insight* de los consumidores y la credibilidad de los mensajes. Los resultados obtenidos fueron que la imagen de marca era débil, los servicios y tratamientos no eran muy conocidos, la información era repetitiva y poco llamativa. Se propuso, cambiar la línea grafica de las publicaciones, contar con un símbolo visual que identifique a la empresa y un concepto creativo que resuma los beneficios de los tratamientos. Se recomendó, usar menos texto en las publicaciones, imágenes más llamativas y medir la eficacia de las publicaciones y anuncios por medio de las herramientas de análisis digitales como *facebook analytics* y *google analytics.*

Palabras claves: imagen publicitaria, redes sociales, campaña publicitaria y clientes.

ABSTRACT
The main objective of this project was to propose a digital advertising campaign to improve the brand image from an integrative medicine company in the city of Guayaquil, 2019. The qualitative and quantitative approach was used through focus group techniques, surveys and interviews to identify ad recall, consumer insight and message credibility. The results were that the brand image was weak, the services and treatments were not well known, the information was repetitive and not striking. It was proposed, to change the graphic line of publications, to have a visual symbol that identifies the company and a creative concept that sums up the benefits of treatments. It was recommended to use less text in posts, more striking images and measure the effectiveness of posts and ads through digital analytics tools such as facebook analytics and google analytics.
Keywords: advertising image, social networks, advertising campaign and clients.

INTRODUCCIÓN

La publicidad digital cada vez va ganando más terreno en la sociedad y va desplazando a medios de comunicación como la televisión o la radio que hace 20 años eran pioneros. Es necesario destacar que en la actualidad se habla mucho de la vital importancia de la imagen digital, la cual se maneja mucho de manera offline pero no online, por eso es importante tener una imagen digital de calidad para lograr una mejora en las ventas y un mejor posicionamiento de la marca en el mercado, atendiendo a las tendencias actuales de la comunicación digital, la cual es una forma de comunicación enfocada al entorno Digital. Es decir, es la manera de comunicarse a través de Internet.

Los centros médicos de medicina integrativa, tratan al paciente en un modo integral, tanto en la parte física, emocional, energética y mental. La mayoría de estas empresas han venido desarrollando publicidad en redes sociales, pero no ha logrado el impacto deseado y existe una pérdida de credibilidad respecto a la información comunicada en las redes sociales, por ejemplo, en las redes sociales se emiten comentarios en contra de los procedimientos, como: "eso no funciona", "Estas terapias te dañan más los órganos" y esto genera un reconocimiento de marca negativo en el entorno.
La presente investigación se desarrolló en la empresa "Naturmed" y tuvo como propósito mejorar la imagen a través de una campaña publicitaria digital.

DESARROLLO

Para continuar con el presente análisis, es preciso diseccionar determinados conceptos, los cuales se detallan en esta sección a continuación:

La publicidad

La publicidad "es una forma de comunicación persuasiva, es decir, un tipo de comunicación que busca crear o modificar actitudes hacia productos, servicios ideas o instituciones." (Ros, 2015).

Tabla 1

Tipos de publicidad y sus conceptos.

Tipo	Concepto
ATL (Above the line) o sobre la línea Tv, Radio, Cine, Revistas, prensa, exterior, internet.	"Es un tipo de acción que se emplea dentro de los medios de comunicación masivos, directos y costosos." (Eduardo Harada Olivares, s.f.)
BTL (below the line) o debajo de la línea Product placement, Advertgaming Punto de Venta (displays), Marketing Directo, Publicidad online, Relaciones Públicas, Patrocinio	"Los sitios donde llegan este tipo de publicidad son publicidades en el marco exterior o interior, anuncio online, activaciones de marca." (García, 2013)
TTL (Trough the line) o a través de la línea	"Esta publicidad es la innovación fusionada entre la ATL y BTL por lo que, los resultados tienen mayor rendimiento debido a la fusión de

	las acciones de comunicación." (Guzmán Elisea, 2013)
OTL (On the Line) Internet Redes sociales	"Este tipo de publicidad se realiza a través de medios digitales". (Thomas Michael Lane, 2001)

Fuente: Elaboración propia

Estilos Publicitarios

Se entiende por estilos publicitarios a "la manera de transmitir los valores de un producto o servicio, que se anuncian en los distintos medios o formatos existentes" (Kotler & Armstrong, 2013), las características comunes a estos estilos "son la originalidad que se consigue por medio de imágenes o textos que atraigan lo suficiente a un cliente o usuario, y sugestión la cual consiste en afirmaciones positivas de un producto o servicio" (Bassat, 2010), que en algunos casos no representan las características que definen al producto.

Los estilos publicitarios pueden ser:

- Estilo persuasivo
- Estilo informativo

Campaña publicitaria

Una campaña publicitaria la conforman "todas las actividades publicitarias posibles para transformar un tema en un programa coordinado de publicidad con la finalidad de conseguir una meta de la marca o el producto" (Stanton, Etzel, & Walker, 2014), la campaña comprende de una "una labor específica a realizarse con un público meta dentro de un periodo específico." (Kotler & Armstrong, 2013), es decir que se deben crear mensajes publicitarios adecuados y seleccionar el medio y método publicitario efectivo.

Tabla 2

Elementos de la campaña publicitaria y sus conceptos

Elementos	Concepto
Descripción del producto o servicio.	"Se enfoca en las características de la marca o el diseño asignado al producto." (Caporale, s.f.)
Establecer los objetivos.	Con los objetivos se busca penetrar la marca en los consumidores, informar, transformación en calidad, disponibilidad de los nuevos productos. (Martínez, 2011)
Definición del público objetivo.	"Se busca comunicar con todo el público que sea posible para llevar mayor captación en el proceso de publicidad de la marca ya sea por medios masivos o no masivos". (López A. , 2003)
Determinación del ámbito geográfico.	"Es el estudio y determinación de características de las áreas geográficas ". (Martínez, 2011).
Diseño del mensaje	"El mensaje debe de trasmitir el objetivo buscado por medio de una información persuasiva que está interesado el receptor". (López A. , 2003)
Presupuesto	"Es la previsión cuantitativa que buscan financiar los recursos que se destinan a la actividad publicitaria". (Guzmán Elisea, 2013)
Medición de la eficacia publicitaria.	"La publicidad debe ser tramitada con eficacia para conseguir los fines establecidos contando con el mensaje sea adecuado" (García, 2013)

Fuente: Elaboración propia

Brief publicitario y sus elementos

El *brief* publicitario es el documento que contiene la información necesaria para el responsable de comunicación de la empresa y responsables de la creación y ejecución de la campaña (Liberos, 2015).

Tabla 3

Brief publicitario y sus elementos

Elementos	Concepto
Anunciante	Es el que se encarga de proporcionar datos sobre la compañía y el producto, así como de la competencia" (Aaker, 2012)
Objetivo	La definición del lanzamiento, reposicionado o de la campaña de refuerzo (Aaker, 2012)
Descripción del público objetivo	Se refiere a la demografía, hábitos, conductas y percepciones de la marca (Aaker, 2012)
Posicionamiento	Define cómo debería percibir el consumidor el producto anunciado (Aaker, 2012)
Mensaje prioritario	Lista de mensajes que se han de comunicar por orden de prioridad (Aaker, 2012)

Fuente: Elaboración propia

Medios de publicidad

El modo en que los internautas reciben la publicidad digital está experimentando un cambio notable, convirtiendo en obsoletas muchas de las fórmulas de comunicación hasta ahora utilizadas por los anunciantes, y es que, en la era digital, la mayor experiencia y sofisticación del consumidor le permiten ejercer un control sobre los medios y sus mensajes que hasta el momento no tenían. (Liberos, 2015)

Insights

Es un pensamiento que implica el descubrimiento de una nueva percepción con respecto a un problema, dando como resultado una nueva comprensión del mismo, además este término "se refiere a la motivación que posee el consumidor respecto de imágenes, percepciones o experiencias referente al producto o servicio" (Liberos, 2015). Existen algunas formas de encontrar el *insight*, entre las cuales se encuentran, escuchar atentamente a los clientes, ya que permite que hagan sugerencias de forma más fácil, indagar sobre creencias generalizadas, y ponerse en los zapatos del cliente.

Imagen de Marca

La imagen de marca "es un elemento referencial que permitirá distinguir a un producto de otro y como recurso nemotécnico que se ejercerá por medio de la repetición de la publicidad" (Sánchez & Pintado, 2013), esto hace que la marca se inserte definitivamente en la cultura, influyendo así en cada estilo de vida; además, "tener una imagen de marca implica la existencia de un proceso, del cual se evidencian dos rasgos: la duración del proceso y la identidad psicológica con que la imagen concierne al receptor." (Costa, 2015).

METODOLOGÍA

Se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo a través de las técnicas de *focus group,* encuestas y entrevista para identificar la recordación de los anuncios, el *insight* de los consumidores y la credibilidad de los mensajes.

Se consideró como población de estudios a los clientes que acuden de manera mensual a la empresa “Naturmed” para realizarse cualquier tipo de tratamiento, en base a los pacientes que acuden a “Naturmed” se determinó una población de 1,000 personas.

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

$$n = \frac{1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5 * 1000}{0{,}05^2 * (1500 - 1) + 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = 278$$

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el estudio se pudo evidenciar que la mayoría de clientes que visitan Naturmed son del sexo femenino con un 63%, es decir 174 personas y el resto masculino con un 37%. Por lo que, es importante para la realización de la campaña publicitaria utilizar elementos visuales que incentiven al sexo masculino a optar por los servicios que la empresa ofrece, además, la mayoría de las personas que visitan Naturmed tiene de 41 años en adelante.

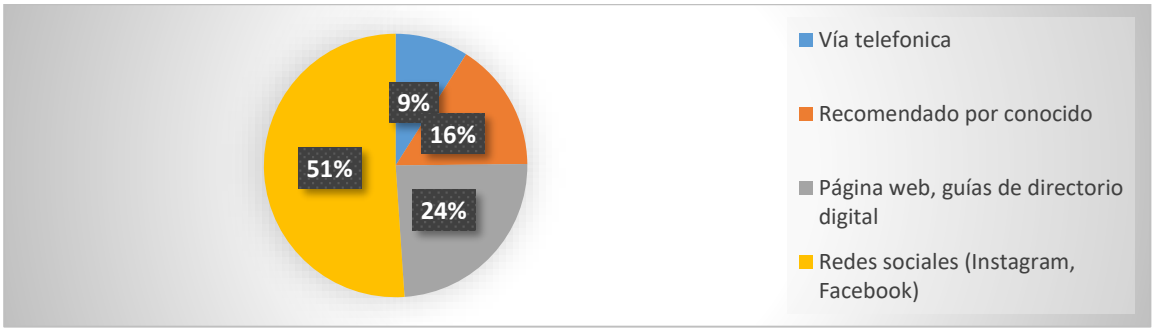


Gráfico 1 Motivo de contacto
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las personas que se contactaron a Naturmed fue por medio de las redes sociales con un 51%, seguido de la página web y guías de directorio digital con un 24%, recomendado por conocido con un 16% y por último vía telefónica con un 9%. Por lo que, se puede observar que la presencia de Naturmed es marcada en las redes sociales, pero a pesar de esto no tiene un mensaje claro en cuanto a sus tratamientos, y la mayoría desconoce los mismos, y no solo enfocarse en las redes sociales sino tener mayor presencial digital y como recomendación proponer un plan de comunicación digital.

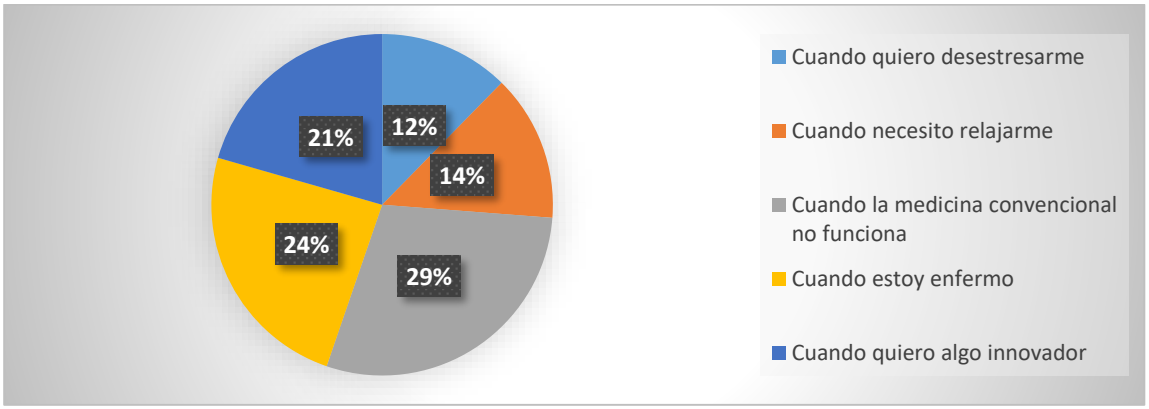


Gráfico 2 Asistencia a Naturmed
Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se puede observar la razón por la cual las personas visitan Naturmed y en su mayoría lo hacen cuando la medicina convencional no funciona con un 29% en total 113 personas, seguido de cuando se encuentran enfermos con un 24% en total 94 personas, cuando buscan algo innovador con un 21% en total 80 personas, cuando necesitan relajarse con un 14% en total 54 personas y por último cuando quieren desestresarse con un 12% en total 48 personas. Por lo tanto, las personas buscan a Naturmed como una opción alternativa para cuidar su salud y se debe potenciar ese aspecto en la campaña publicitaria.

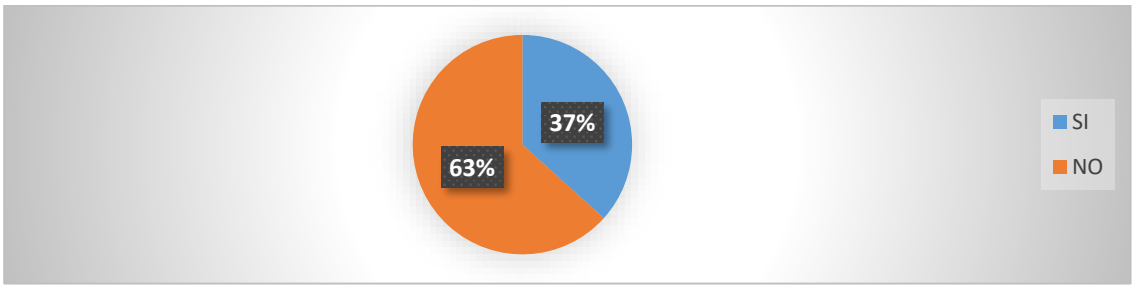


Gráfico 3 ¿Conoces todos los servicios que ofrece Naturmed?
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las personas desconocen todos los servicios con un 63% en total 176 personas frente a un 37% en total 102 personas si conocen todos los servicios, esto es importante analizar ya que será de gran importancia promocionar de forma adecuada en la campaña publicitaria todos los servicios, como el drenaje linfático es el que más desconocen de los servicios de Naturmed con un 26% en total 116 personas, seguido de la colonterapia con un 21% en total 90 personas, terapia neural con un 18% en total 77 personas, plasma rico en plaquetas con un 15% en total 65 personas.

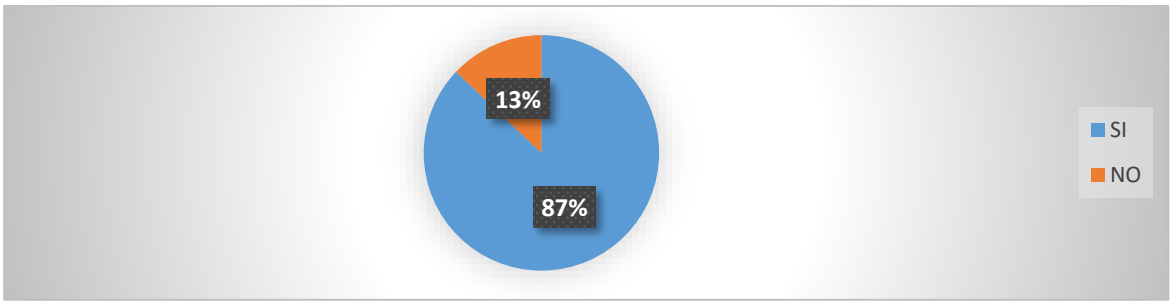


Gráfico 4 Seguimiento de clientes en redes sociales
Fuente: Elaboración propia

En el siguiente grafico se puede observar que Naturmed es conocido en las redes sociales y la mayoría con un 87% en total 243 personas sigue su página frente a un 13% en total 36 personas que no los sigue, debido a que son personas mayores de 60 años que no usan redes sociales y usan medios tradicionales como el teléfono o visitan directamente el establecimiento.

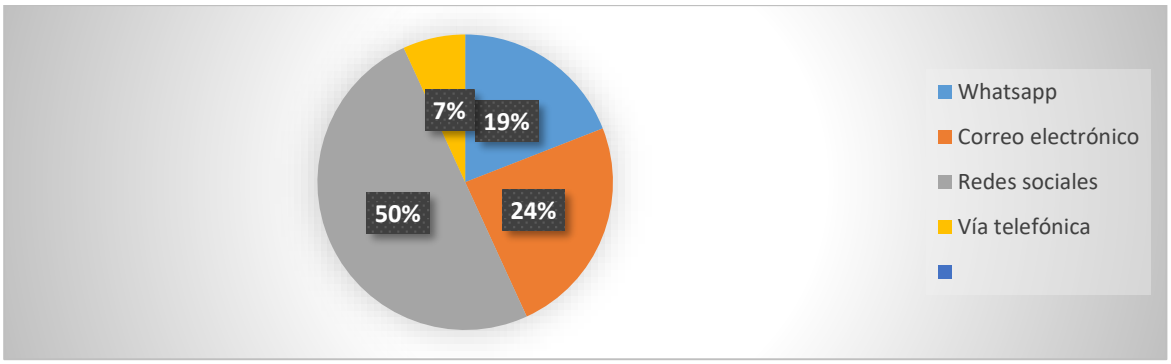


Gráfico 5 ¿Por cuál medio te gustaría saber más sobre Naturmed?
Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se puede observar que el medio más solicitado son las redes sociales con un 50% en total 139 personas, seguido del correo electrónico con un 24% en total 67 personas, WhatsApp con un 19% en total 53 personas y vía telefónica con el 7% en total 19 personas, por ende, se puede determinar que las redes sociales son el principal medio de contacto, y es necesario proponer la campaña publicitaria con el tono del mensaje adecuado en las redes sociales y que llegue a los demás medios digitales.

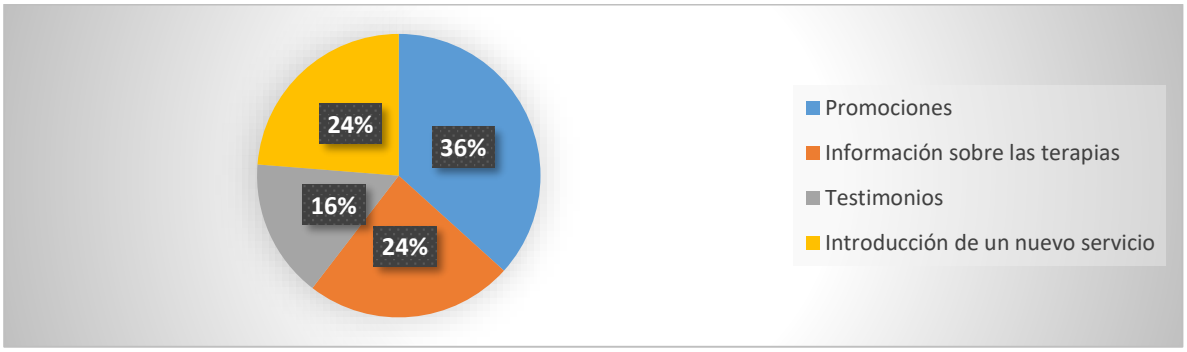


Gráfico 6 ¿Por cuál medio te gustaría saber más sobre Naturmed?
Fuente: Elaboración propia

El tipo de información que le gustaría recibir a los pacientes es en su mayoría promociones con el 36% en total 102 personas, información sobre las terapias e introducción de un nuevo servicio con el 24% en total 66 personas respectivamente y testimonios con el 16% en total 44 personas. Por lo tanto, es necesario promocionar más los servicios de Naturmed, y para esto se debe crear la campaña de forma creativa y persuasiva.

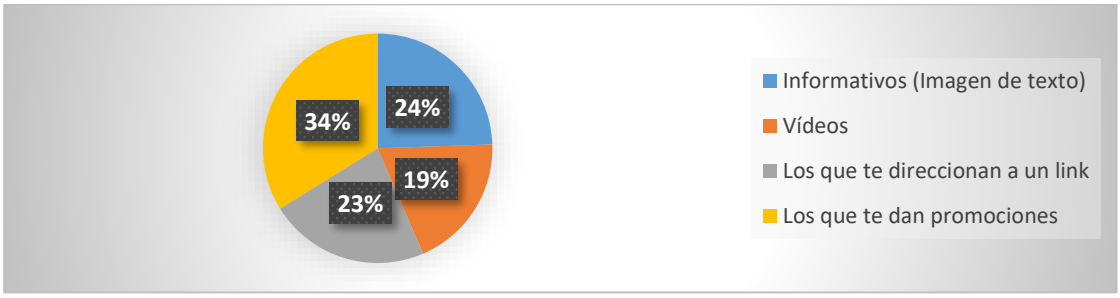


Gráfico 7 ¿Qué tipo de anuncio son los que más le llaman la atención?
Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se puede observar los anuncios que más llaman la atención son los que te dan promociones con un 34%, los informativos (imagen de texto) con un 24%, los que te dirección a un link con el 23, los vídeos con un 19%. Se debe tener en claro que, las promociones deben ser llamativas y persuasivas con un lenguaje claro. Y usar las demás opciones como medio para llegar a un mayor número de usuarios.

El contenido del *focus group* fue agrupado por categorías de acuerdo a los temas establecidos, por lo que se pudo resumir en el siguiente cuadro.

Análisis Focus Group

Tabla 4

Focus group

Temas	**Análisis**
***Insights* de los participantes**	-Todos estuvieron de acuerdo en que la medicina integrativa no tiene muy buena imagen. Por lo que, comentaron que era necesario darle una imagen renovada, llamativa y seria a los tratamientos y beneficios que esta ofrece, y al momento de optar por estos servicios, encontrar el equilibrio integral en su salud.
Marca	-La marca de la empresa no está muy establecida, ya que la mayoría de los pacientes la identifican como Dr. Glenn Yoong, un consultorio médico y no Naturmed, un centro médico alternativo de salud integral, por lo que es necesario posicionar la marca de imagen de la misma.
Marca de imagen	-4 de las 7 participantes consideran que se debería cambiar la línea grafica de las redes sociales. - Es necesario potenciar la imagen de los servicios que se ofrecen, puesto que no son muy conocidos y pierden credibilidad.
Campaña publicitaria	-Se debería crear una campaña publicitaria para mejorar la imagen de la empresa, y que transmita un mensaje creativo claro donde conjugue todos los beneficios de la medicina integrativa, siendo atractivo y persuasivo ante la mirada del público objetivo. -No hay un mensaje claro. -Las publicaciones no transmiten confianza.
Promociones y publicidad	-A pesar de todas las falencias en la imagen, las redes sociales son el punto de fuerte de Naturmed, puesto que el 80% de sus ventas se generan por este medio. -En cuanto a la asociación de emoción, estas fueron las palabras mencionadas: tranquilidad, alegría y felicidad. -Las promociones deberían ser más específicas y menos seguidas, es decir. que no sean repetitivas ni mensualmente, porque se pierde el valor del servicio. Por ejemplo, en sueroterapia existen repetidamente promociones del mismo precio, con la diferencia del objetivo y motivo. Por ejemplo, el día de madre o el padre. Y así, con muchas otras más.
Incidencia de Marca	-Al mencionar “medicina integrativa” las primeras palabras que se le vinieron son integridad, bienestar, salud completa, restauración, es necesario incidir en la imagen de la marca, puesto que se debe renovar y potenciar la imagen de marca de la empresa para lograr una mejor percepción en la mente del público objetivo.
Campaña a lanzarse	De acuerdo a los resultados obtenidos en las preguntas, los 7 participantes consideraron que este anuncio si vende la imagen deseada a proyectar de la empresa. También, estuvieron de acuerdo que el mensaje de la campaña es claro y enfocado en el bienestar, vitalidad, y energía del paciente. Todos estuvieron de acuerdo en que el símbolo visual asociado representaba la naturaleza, armonía y salud, y que los colores son los adecuados, ya que la línea grafica cumple con los objetivos planteados de cada campaña.

Fuente: Focus group realizado a los usuarios Naturmed.

Fuente: Elaboración propia

Análisis de entrevista

Se puede evidenciar que de acuerdo a la opinión del Dr. Yoong, la empresa Naturmed se encuentra posicionada en el mercado de la medicina integrativa, además una ventaja que posee es que pocas empresas ofrecen los mismos servicios, ya que el mercado no es muy amplio, pero reconoce que la imagen de marca no es completamente clara y se necesita trabajar para mejorar en este aspecto y que carece, en poca medida, de credibilidad y respaldo científico sobre los tratamientos y servicios que ofrece la empresa.

Los beneficios de la medicina integrativa son varios entre ellos que combina la medicina complementaria y alternativa, además se trata al paciente de modo integral, no solo se enfoca en una enfermedad sino trata de cubrir todos los posibles aspectos. Considera que la publicidad utilizada en las redes sociales es informativa, y aunque este es el principal medio de contacto de los pacientes, se debe mejorar la imagen puesto que la mayoría de las personas desconocen los servicios y se centran en las citas médicas que el realiza, por lo que es necesario implementar una campaña digital puesto que en la actualidad la mayoría de información se encuentra en el internet, redes sociales entre otros medios digitales.

Propuesta

A partir de los resultados obtenidos a lo largo de la investigación cualitativa y cuantitativa, se evidenció que efectivamente hay una falencia en la imagen de marca, ya que más allá de manejar de forma correcta los canales de comunicación digitales no hay un objetivo claro para poder impactar de forma más eficiente en la mente de los pacientes lo que se desea transmitir como marca. Por esta razón, se propone la realización de una campaña publicitaria digital en un periodo de tiempo de 3 meses.

Tabla 5

Brief

Datos de identificación:	**Naturmed**
Objetivo de comunicación	Potenciar la imagen de Naturmed como marca, con la intención de generar interés entre el público objetivo. Asociar la marca con la visión. Se debe crear experiencias y mensajes que junto con la marca transmitan los valores de Naturmed asociándose con la salud, vitalidad y bienestar.
Público objetivo	**Variables demográficas.** • Hombres y mujeres. • De 25 a 65 años. • Solteros, en una relación o comprometidos. • Con hijos, sin hijos. • Cualquier carrera universitaria o profesión. • Clase social media, media alta y alta. • Sin interferencia con la religión, orientación sexual, raza o etnia. • Millenial, generación x, baby boomers, **Variables Psicográficas** • Profesional que le guste cuidar su salud. • Trabajador con experiencia. • Activo, versátil y dinámico. • Muchas aspiraciones personales y laborables.

	• Con tiempo muy limitado y que busca un lugar donde puede encontrar todo con facilidad para suplir sus necesidades. **Variables Conductuales** • Alto nivel de endeudamiento. • Poder adquisitivo por lo que se permite invertir en su salud. • Fidelidad con los servicios de la empresa. • Por el placer de sentirse bien con uno mismo.
Mensaje	Naturmed me da salud, energía, vitalidad y bienestar.
Tono del mensaje	Emocional, racional, informativo.
Camino Creativo	**Símbolo visual:** El símbolo a usar será la hoja verde que representa la medicina alternativa, representa serenidad, vitalidad, seguridad, armonía, equilibrio.
Colores	**Verde**: Es el color de lo natural, lo fresco por lo que se asocia con lo saludable y es símbolo de la vida. **Blanco:** El color blanco se relaciona con la pureza, la seguridad, la limpieza.
Estrategia de posicionamiento	El padre/madre de familia, que cuida su salud y busca un medio alternativo y menos invasivo que el convencional, donde tendrá la oportunidad de usar todos los servicios que Naturmed ofrece, mejorando su calidad de vida.
Tipo de campaña	Persuasiva e informativa.
Canales y medios	**Medios digitales** • Facebook / Instagram
Concepto creativo	Naturmed me cuida El cuidado de la salud es un derecho que nos aporta el bienestar y la vitalidad necesaria para gozar de una mejor calidad de vida.
Insight	**"La sensación de recibir atención alternativa, diferenciada, preferencial y de precio bajo".** El paciente es receptivo ante la idea de cuidar su salud, delicados que ofrecen beneficios físicos visibles y que lo hacen sentir bien intrínsecamente ya que sabe que está medicina alternativa no contiene químicos que puedan hacer daño a su salud ni a corto ni a largo plazo.

Fuente: Elaboración propia

La siguiente campaña se va a resumir en el cuidado de la salud, que es un derecho que nos aporta el bienestar y la vitalidad necesaria para gozar de una mejor calidad de vida. Por esto, se va a trabajar con 3 conceptos fundamentales en el servicio que se desea transmitir la misma, **la energía, la vitalidad y el bienestar,** esto va a permitir dar un mensaje claro y emotivo en las piezas gráficas, demostrando los servicios y beneficios que este ofrece, con el fin de potenciar la imagen de marca de la empresa.

Se van a realizar 3 campañas publicitarias, junto con un plan de medios y cronograma en los medios digitales que va a permitir posicionar la imagen de la empresa, lo cual permitirá conocer el significado de cada terapia y todos los beneficios que ofrece la medicina integrativa.

CAMPAÑA #1: "Naturmed me da energía, vitalidad y bienestar"
SALUD INTEGRAL AL ALCANCE DE TUS MANOS

Esta primera campaña va a resaltar los conceptos de nuestros servicios de una forma creativa y persuasiva
#energiavitalidadybienestar
Formato: Imagen 1080px x 1080px
Imagen 1289px x 855px
Video: 1200px x 628px (ver tabla 30)

Servicio	Imagen	**Mensaje**	**Audiencia**
Sueroterapia	 Figura 1. Naturmed. Salud, energía y vitalidad. Figura 2. Naturmed me da energía 2 Figura 3. Naturmed me da vitalidad	¿Cansado? ¿Estresado? Naturmed me cuida con #sueroterapia la cual me ayuda a mejorar mi salud, recibir vitaminas y desintoxicar mi organismo. **#energiavitalidadybienestar** ¡Dale a tu cuerpo ese *shot* de energía que necesita! Naturmed me cuida con #sueroterapia y siento esa plenitud que estaba buscando. Naturmed me da **#energiavitalidadybienestar.**	Personas que cumplen largas jornadas de trabajo, estudio, y necesitan energía, les gusta cuidar su salud y mantenerse activos en sus labores diarias.
		¿Dolores en los oídos? ¿Zumbidos? Naturmed me cuida con #conoterapia limpia y desinflama mis oídos de manera natural e indolora. Naturmed me da **#energiavitalidadybienestar.**	Personas que tiene problemas de audición, tímpanos tapados y padecen de sorderas.

	 Figura 4. Naturmed me da bienestar	¡**Yo cuido mi salud de manera integral**! **La #citamédica me ayuda a tener un equilibrio en mi aspecto físico, emocional, energético, mental.** **Naturmed me cuida y me da #energiavitalidadybienestar**	Personas que no desean seguir consumiendo medicamentos químicos, tienen interés de la medicina integrativa, y cuidarse de forma integral.

CAMPAÑA #2:" Naturmed, más servicios"

BENEFICIOS DE LOS SERVICIOS
Esta campaña va a resultar las características de los servicios y beneficios de cada uno.
#naturmedmasvitalidad
Formato: Imagen 1080 px x 1080 px

Servicio	Imagen	**Mensajes**	**Audiencia**
Sueroterapia	 Figura 5. Suero anti-aging	¡Rejuvenece con #sueroterapia! Con el suero #antiaging siente esa plenitud que estabas buscando. ¿Qué esperas? ¡Aplícatelo! **#naturmedmasvitalidad** ¿Cuál de estos necesitas? La #sueroterapia ayuda a mejorar la salud, recibir vitaminas, desintoxicar el organismo, otorgar vitalidad.	Personas que cumplen largas jornadas de trabajo, estudio, y necesitan energía, les gusta cuidar su salud y mantenerse activos en sus labores diarias.

Figura 6. Sueroterapia

¿Qué esperas? ¡Aplícatelo!

#naturmedmasvitalidad

CAMPAÑA #3:" Naturmed informa"

¿PORQUE ESTA TERAPIA ES TU MEJOR OPCIÓN?
En esta campaña se va a describir los problemas que surgen de cada malestar, formulando preguntas que llamen a la acción y dar a conocer porque estos servicios son una mejor alternativa, estara presenta el Dr. Charles.
Vídeo de campaña: energía, vitalidad y bienestar (Table 33)
Formato: Imagen 1080 pxl x 1080 pxl
#naturmedinforma

Colonterapia

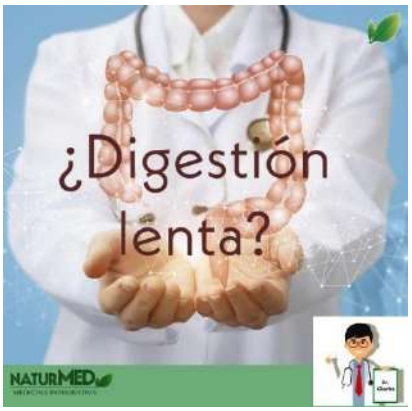


Figura 7. Colonterapia

Figura 8. Colonterapia

¡Necesitas una #colonterapia!

Esta terapia dura 30 minutos, a través de una cánula desechable de doble vía que se introduce por el ano, se logra que sean expulsadas todas las toxinas del colon. Es una terapia indolora.

Beneficios:

-Desintoxica el colon.
-Elimina fecalitis (heces petrificadas), parásitos, alimentos no digeridos.
-Mayor energía.
-Mayor estado de ánimo.
-Mejora la piel, limpia el hígado.

¿Qué esperas? ¡Separa tu cita!

#naturmedinforma

Personas con problemas digestivos que tienen como objetivo limpiar y desintoxicarse.

Consulta médica	 Figura 9. Consulta médica	El Dr. Glenn Yoong ve al paciente como un TODO de manera integral, tanto en lo físico, emocional, energético, mental y trata de equilibrar todas las afectaciones del organismo. El objetivo de los tratamientos del Dr. es lograr un estado de salud integral a través de la desintoxicación, desinflamación, oxigenación y alcalinización del paciente. ¿Qué esperas? ¡Separa tu cita! 📝 #naturmedinforma	Personas que no desean seguir consumiendo medicamentos químicos, tienen interés de la medicina integrativa, y cuidarse de forma integral.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Vídeo de campaña: energía, vitalidad y bienestar

Campaña: Energía, vitalidad y bienestar

Nombre:	**Sueroterapia: un estilo de vida**
Duración:	32 segundos
Formato:	Vídeo animado
Ubicación:	Ilustrado: Naturmed, avenida plaza dañin. Cdla. La FAE mz 41 villa 9 (a lado de Hyundai). Casa de Francisco
Protagonistas:	Francisco Enfermeras Personajes secundarios
Guion:	**Textual:** **Introducción:** Conoce la historia de Francisco y porque le cambió la vida. **Línea 1:** Conoce a Francisco **Línea 2:** Siempre anda de mal humor. **Línea 3:** Sufre de constantes dolores de cabeza, resfriado y malestar. **Línea 4:** Consume pastillas que no le ayudan en nada. **Línea 5:** En Naturmed tenemos la solución, la sueroterapia. **Línea 6:** ¿Qué es? **Línea 7:** Es la aplicación intravenosa que contiene: Vitaminas Aminoácidos

Minerales
Oligoelementos
Oxigenadores
Antioxidantes

Línea 8: Puedes estar igual de feliz que Francisco
Línea 9: Recupera los nutrientes que tu cuerpo necesita!
Línea 10: Excelente para todo tipo de enfermedades.
Línea 11: Y todo tipo de personas
Línea 12: Deportistas, estudiantes, profesionales, adultos mayores, padres de familia, adolescentes.
Desenlace/llamado a la acción: Separa tu cita y deja tu salud en nuestras manos.

Fuente: Elaboración propia

Storyboard

Figura 10. Storyboard Sueroterapia: un estilo de vida
Fuente: Elaboración propia

Tabla 8

Plan de medios de campaña publicitaria digital

| Plan de medios de campaña publicitaria digital | | |

CONCLUSIONES

En la presente investigación se identificó la falta de credibilidad en cuanto a la medicina integrativa lo cual debe ser previsto y procurar eliminar esa desventaja con una correcta campaña publicitaria. Más del 50% se sintió identificado con integridad, salud y natural, que son los pilares y ejes de esta campaña, que busca mejorar la imagen de marca de la empresa Naturmed. Se propone 3 campañas, la primera campaña va a resaltar los conceptos de los servicios de una forma creativa y persuasiva, la segunda campaña va a resaltar las características de los servicios y beneficios de cada uno y la última campaña a va a describir los problemas que surgen de cada malestar, formulando preguntas que llamen a la acción y dar a conocer porque estos servicios son una mejor alternativa, estará presenta el Dr. Charles, que será personaje ficticio que ayudará a mostrar la marca e información de manera más amigable.

BIBLIOGRAFÍA

Aaker, D. (2012). *Liderazgo de marca.*

Álvarez, G. (2002). *Metodología de la investigación.*

Ávalos, C. (2010). *La marca: identidad y estrategia.* Buenos Aires: La Crujía.

Bassat, L. (2010). *El libro rojo de la publicidad.* Barcelona.

Caporale, V. (s.f.). *Proceso de Creacion Marcaria* . Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/10279_30654.pdf

Costa, J. (2015). *Imagen Corporatia en el siglo XXI.* La Crujia Ediciones.

Del Fresno, M. (2016). *El consumidor social: reputación online y cosial media.* Barcelona.

Duran, A. d. (s.f.). *Fundamentos de la Publicidad*. Obtenido de http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/1x05-Fundamentos-de-la-publicidad.pdf

Eduardo Harada Olivares. (s.f.). *Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica* . Obtenido de https://bachilleres2.milaulas.com/pluginfile.php/1865/mod_resource/content/2/Tipos%20de%20logos%20o%20clases%20de%20logotipos.pdf

Fix- Zamudio, H. (2016). *Metodología, docencia e investigación jurídica.*

Folgueiras, P. (2016). *Técnica de recogida de información: La entrevista.* Obtenido de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf

García, R. (2013). *Todo lo que hay que saber de marketing y negocios en móviles.* Madrid.

Gavard-Perret, M.-L. (2010). *500 mots pour comprende .* Paris: Dunod.

Guzmán Elisea, J. (2013). *Desarrollo de campaña publicitaria.* Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Hatch, M., & Schultz, M. (1997). Relations Between organizational culture. *European Journal of Marketing* , 356-365.

Hernández, R., & Carlos, F. (2010). *Metodología de la Investigación.* Madrid.

Jijena, R. (2013). *Imagen profesional y corporativa.* Bogotá: Editorial Buena Semilla.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing.* México D. F.: Pearson.

Lewi, G. (2007). *Branding Management: la marque de l´ideé a l´action.* Paris: Pearson Education France.

Liberos, E. (2015). *El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital.* Madrid: ESIC.

López, A. (2003). *La retórica de la publicidad.* Madrid: Arcos.

López, L. (2 de Junio de 2018). *coem.uprrp.edu.* Obtenido de http://coem.uprrp.edu/wp-content/uploads/2014/04/El-concepto-de-imagen.pdf

Macia, F. (2010). *Marketing online: estrategias para ganar un cliente por internet.* Madrid: Anaya Multimedia.

Martínez, F. (2011). *EL lenguaje de la publicidad.* Madrid: Arco.

MARTÍNEZ, L. (2015). Diseño metodológico de definición de público objetivo para benchmarking web en el sector de la moda española. *I. N. M. A. C. U. L. A. D. A.*

Mejía, M. (2 de Julio de 2015). *revista.virket.com*. Obtenido de https://revista.virket.com/la-importancia-de-la-imagen-digital-en-el-marketing/

Muñiz, R. (2012). *Marketing del siglo XXI.* Madrid: Centro de estudios financieros.

Nicolás, M. (2017). *Estrategias de Comunicación en redes sociales.* Madird: Gedisa.

Parra, S. (14 de Junio de 2016). *samuparra*. Obtenido de https://samuparra.com/como-hacer-un-manual-de-identidad-corporativa/

Rodríguez, M. (2018). *Publicidad on line.* Pozuelo de Alarcón: Madrid.

Ros, M. (2015). *Publicidad: Persuasión o Manipulación.*

Sánchez, J., & Pintado, T. (2013). *Imagen Corporativa.* Madrid: Editorial ESIC.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2014). *Fundamentos de Marketing.* México D. F.: McGraw-Hill Interamericana.

Thomas Michael Lane. (2001). *Kleppner Publicidad .* Mexico. Obtenido de https://www.academia.edu/6323617/Russell_J._Thomas_et_al_-_Kleppner_publicidad_12a._edicion

Wilcox, D. L. (2006). *Relaciones publicas, estrategias y tacticas.*

004. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA EMPRESA GRUPO TORRES & TORRES

Autores:

Lic. Maria Alejandra Behr Lopez
Licenciada en Comunicación, énfasis en Relaciones Publicas
malebehr@hotmail.com

Mgs. Christian Marino Gutiérrez Chiquito
Psicólogo Industrial. Magister en Imagen, Publicidad e Identidad Corporativa
Docente y delegado de la Unidad de Seguimiento al Graduado de la Universidad Tecnológica Ecotec, Guayaquil.
cgutierrez@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La siguiente investigación tiene como objetivo proponer un plan de comunicación interna para la empresa Grupo Torres & Torres, dado que la misma tiene oportunidades de mejora en la comunicación interna.

Para poder desarrollar una propuesta acorde a las necesidades de la empresa, se realiza el respectivo análisis situacional, donde se identifica la situación interna y externa, además del levantamiento de información a través de encuestas y entrevistas a profundidad por medio de un estudio descriptivo. Ya que los resultados mostraron que es viable desarrollar el trabajo de investigación, se trabaja en un plan estratégico de comunicación interna que aportará a la productividad y el buen ambiente laboral de la compañía.

Palabras clave: comunicación interna, manejo de crisis, riesgos, imagen y reputación.

Abstract
The following research has the purpose to create an Internal Communication Plan for the Torres & Torres Group company, given that it has opportunities for improvement in Internal Communication, for which the company is exposed to risks that can affect their image and reputation with their publics.
In order to create a proposal according to the needs of the company an environment analysis was made, where the internal and external situation is identified, as well as the gathering of information through surveys and in-depth interviews through a descriptive study. Since the results showed that it is feasible to develop the research work, a strategic internal communication plan that will contribute to the productivity and good working environment of the company.
Key words: Communication plan, internal communication, image and reputation.

INTRODUCCIÓN

Muy poco se discute hoy, que la comunicación es parte esencial de cualquier organización con un planteamiento de presente y una proyección de futuro. En los últimos años se ha incrementado de manera significativa el número de empresas que incorporan a su estrategia un área o un responsable de comunicación interna que contribuye significativamente al cumplimento de la estrategia global de una compañía. El modelo tradicional de comunicación jerárquico y vertical, de a poco está siendo reemplazado por una comunicación horizontal, que entiende que el principal activo de cualquier organización son sus trabajadores.

Planteamiento del problema

La comunicación es un factor clave en estas situaciones, ya que comunica a todos los públicos afectados la eventualidad y procedimientos a seguir. En grupo Torres & Torres se otorga poca importancia al planteamiento de una agenda en comunicación interna, lo que desmejora en la motivación de los empleados, deficientes procesos en la organización de trabajo, aplicación de inadecuados estilos de liderazgos, deficiente distribución de tareas.

Como estrategia se utilizará un Plan de Comunicación, que debe estar orientado en facilitar y agilizar los procesos.
Por este motivo, se espera crear con la siguiente investigación un Plan Estratégico de Comunicación Interna, que unifique todas las áreas y mejore los procesos de comunicación

Problema Científico

¿Cómo contribuir a la Imagen y Reputación de la empresa Grupo Torres & Torres mediante la creación de un Plan Estratégico de Comunicación?

Objeto de la Investigación

Como objeto de investigación, se espera contribuir al proceso del desarrollo de un plan estratégico de comunicación interna que conlleve a la necesidad de un análisis de la información y estudio con fundamentos teóricos aprendidos.

Delimitación

Investigación realizada en la empresa Grupo Torres & Torres, ubicada en, Av. Rosendo Avilés y José de Antepara, Guayaquil, Ecuador del año 2018.
En la investigación se levanta información de la situación actual de la compañía. Se realizaron encuestas, entrevistas a profundidad y reuniones con las áreas involucradas para la recolección y análisis de datos.

Objetivo General

Diseñar un Plan Estratégico de Comunicación Interna para la empresa Grupo Torres & Torres, creativo y adaptado a la compañía, con el fin de que aporte a la imagen de la organización y repercuta de manera notable.

Objetivos Específicos

- Fundamentar las bases teóricas del proceso de realización de un plan de comunicación.
- Examinar la situación actual de comunicación en la organización.
- Componer un plan estratégico de comunicación alineado a los objetivos.

Justificación

La comunicación es esencial para toda organización, ya que se encarga de crear un vínculo entre sus públicos y cuidar la imagen y reputación de la misma.
La imagen corporativa va de la mano con la comunicación, siendo un motor para generar confianza y una buena reputación ante sus públicos internos y externos.

Aspecto Innovador

Con la presente investigación se espera proponer mejoras en los canales de comunicación internos para tener un mayor alcance y mejorar la percepción de los distintos públicos de la compañía.

Marco Teórico

Hay muchos factores que impactan a una organización, por ejemplo; los conflictos tecnológicos, las tendencias sociales, la competencia, la falta de información, la imagen y reputación, y éstas influyen en que las organizaciones tengan que ajustarse a los cambios inesperados (Robbins, 2009).

La presente investigación conlleva a la creación de un Plan Estratégico de Comunicación para ser aplicado en la empresa y que ésta mejore la comunicación con su público interno y externo. Se identificará los distintos conceptos que se emplearán en la tesis para así tener un mejor desarrollo y sustento de la misma.

Comunicación

La comunicación es un proceso en el cual intervienen dos o más personas y sirve para transmitir información y compartir ideas, pensamientos, entre otros. Utilizamos la comunicación en nuestro día a día, siendo de vital importancia para el enriquecimiento, el desarrollo y avance de los individuos y organizaciones.
Shannon y Weaver (1949), en su obra Teoría Matemática de la Comunicación, señalan que la comunicación es un proceso lineal en el cual se transmiten mensajes, siendo el emisor la fuente de información que, por medio de un canal, codifica y envía un mensaje a al receptor y éste lo decodifica y le da retroalimentación al emisor. En este proceso pueden existir interferencias (ruidos y distracciones, que afecten sobre todo al receptor), y se da mediante varios medios de comunicación; por ejemplo, por teléfono, por una carta, o en persona.

Comunicación Corporativa

Lo que no se comunica, no existe. O existe solamente para unos pocos. Por eso las empresas deben contar con una estrategia de comunicación que sirva como soporte a la hora de comunicarse con sus públicos. La comunicación corporativa hace referencia a una corporación, da a conocer a la organización y crea una buena imagen de ésta. El propósito

de la comunicación estratégica es establecer relaciones de confianza y de interés mutuos entre las organizaciones y sus públicos, y cuidar de esa relación.

Sin embargo, es importante tomar en cuenta que todo en las empresas comunica; esto quiere decir que no solo el departamento de comunicación está encargado de ser el portavoz, sino también las acciones de todos los que forman parte de las empresas, por ejemplo que proyectan los gerentes, como atienden a sus empleados, el servicio al cliente, etc.

Hoy en día los clientes no diferencian a las empresas por sus productos sino por la imagen que es percibida en la sociedad, por lo que la comunicación hacia los públicos no pasará desapercibida. Uno de los motivos por los que la comunicación no resulta tan relevante para las organizaciones es por que gestiona intangibles, y eso hace que los resultados sean difíciles de medir. (Aced, 2013)

Otra manera de encontrar la mejor forma de comunicar y conectarse con el público es utilizando los cuatro pilares estratégicos: La Identidad, la Cultura, la Comunicación y la Imagen. La Identidad y la Imagen están interconectadas, así como están los actos y los mensajes. Estos pilares proporcionan el valor diferenciador que hará al público vivir las experiencias y percepciones que desea la organización. Se debe tomar en cuenta que el cómo es más importante que el qué. Se trata de hacer y comunicar el cómo se transforma y valoriza la identidad de partida de una imagen y la transformación debe configurarse e instalarse en el imaginario colectivo de la persona. (Costa, Creación de la Imagen Corporativa; el Paradigma del Sigo XXI, 2003)
La comunicación corporativa va dirigida a un conjunto de personas llamadas público objetivo o target y los públicos objetivos pueden ser internos o externos.

El público interno hace referencia al grupo de personas que conforman una organización y que se encuentran directamente vinculadas a la misma. En el caso de una empresa, el público interno está conformado por directores, accionistas y empleados.
La comunicación interna para los públicos internos, está determinada por la interrelación que se desarrolla entre el personal y la organización. Este entorno puede ser medido en términos de valores, características y lineamientos, la cultura organizacional y el clima en el que se desempeñan los empleados, para así utilizar una planificada comunicación que logre la motivación y la aceptación del mensaje.

Es esencial que la institución posea una comunicación para cada tipo de público, y es necesario que conozca a las personas que lo conforman. Para conocer más a los dos tipos de públicos hay que investigar el ambiente donde se desarrollan a diario. Por lo contrario, la falta de comunicación es la responsable de la fractura interna de muchas organizaciones y de la existencia de barreras jerárquicas y funcionales. Dentro del amplio repertorio de públicos con los que la organización se comunica para desarrollar un plan estratégico están los clientes, accionistas, gerentes, medios, empleados, proveedores, sectores públicos y la sociedad (Álvarez, 2007).

Existen otros tipos de comunicaciones que pueden darse dentro de las organizaciones; por ejemplo, la comunicación formal o informal, referente a la normativa establecida según corresponda, la comunicación presencial o distancia, según el lugar del interlocutor, la comunicación subjetiva u objetiva, según incluya carga emotiva, unidireccional o

multidireccional, individual o colectiva, según el receptor o receptores a quienes van dirigidos. (Muñoz, 2010)

Planificación de Comunicación

La evolución que ha experimentado el sector de la comunicación ha generado que un gran número de organizaciones tengan la necesidad de integrarla en sus planes corporativos.

Dentro de la Planificación de Comunicación está el Departamento de Comunicación, que puede definirse como el departamento o unidad específica encargada, de la gestión de su comunicación e imagen corporativa. Además de ser responsable de la gestión de los intangibles empresariales, lo que implica la coordinación de reputación, marca, imagen y cultura, entre otros.

El departamento de Comunicación de una empresa está encargado de gestionar los procesos de comunicación, proyección y mantenimiento de la imagen y reputación corporativa.

Ilustración 1. Funciones Dircom

Fuente: Enrique (2009)

Comunicación Institucional

- Define la política de comunicación institucional y diseña las estrategias de acuerdo a la política global. Gestiona los intangibles: identidad, imagen, marca, cultura y reputación.

Comunicación Interna

- Desarrolla los programas informativos (manual de procedimientos, boletines informativos internos, revistas, etc), evaluando y eligiendo los canales apropiados para las publicaciones. Además, diseña el sistema de comunicación en función a la cultura corporativa.

Acciones de Relaciones Internas:

- Auditorías de Comunicación Interna.
- Coordinación con RRHH en programas de acción social, entrenamientos.
- Apoyos de comunicación interna.

Comunicación con los medios:
El responsable de las relaciones con los medios de comunicación participa en el establecimiento de una correcta política de comunicación del portavoz de la empresa y mantiene una estrecha y eficaz relación con los distintos medios audiovisuales e impresos.

Acciones con los medios:

- Actualización periódica de la base de datos de los periodistas y medios de comunicación.
- Análisis de contenidos de diferentes publicaciones con el fin de conocer los temas de mayor interés y tendencias actuales.
- Gestión de visitas a la oficina, instalaciones o fábrica de la empresa.
- Monitorización de actividades de competencia.
- Cobertura gráfica de los eventos de la comunicación.
- Notas de Prensa.

Relaciones Públicas
Según ciertos autores, las relaciones públicas son un fenómeno que no es totalmente conocido por las organizaciones y profesionales, lo que hace que existan pocos departamentos o agencias de ésta área. Ésta suele agrupar algunas acepciones ya que posee varios ámbitos.

Gruning (1992), define las Relaciones Públicas como la gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos
Las relaciones públicas y la gestión de la comunicación describen la planificación, la ejecución y la evaluación global de las estrategias de la organización con los entes relacionados, externos e internos.

El autor detalla que la comunicación cumple un rol esencial y muy importante. La comunicación son las ruedas del automóvil que conducen a un destino esperado y tienen un impacto en la persona, con la posición más baja de la estructura organizacional hasta la de mayor rango; por ejemplo, desde un auxiliar de limpieza hasta el analista o el gerente general.

Hoy en día las organizaciones están utilizando un modelo más horizontal que vertical en la comunicación, para que el personal sea más abierto, comparta sus ideas, y haya un ambiente de participación colectiva y así formar grupos de trabajo más eficientes.

Las relaciones públicas se han convertido en un complemento de acción publicitaria. Aunque son una función de gestión y manejo de la empresa, las mismas deben comportarse íntegramente y formar relaciones fundamentales de confianza con sus miembros del grupo y diferentes *stakeholders* (públicos internos y externos), más no enfocarse en ser un foco publicitario (Boiry, 2000).

Se dice que las organizaciones y sus actividades, impactan cada vez más en las personas; por lo que se espera que las empresas sean ejemplo de comportamiento, innovación y que puedan enfrentar conflictos; como generar ganancias con un negocio transparente, o como ayudar al medio ambiente o la sociedad.
Ikea, una empresa europea, puede tomarse como ejemplo de que sus acciones benefician e influyen en sus públicos. Como organización decidieron sumarse a una vida sostenible al medio ambiente, con una excelente utilización de recursos, transformando sus residuos en recursos y en materia de energía, utilizar energía renovable, teniendo como objetivo en 2020 producir toda la energía renovable que requieren sus instalaciones, con una inversión de 600 millones de euros, para instalación de paneles solares en su compañía. Su visión es combatir el cambio climático con ésta acción, y lograr ser independientes en materia de energía. Ikea además transmite a sus clientes la preocupación por su estilo de vida y motiva a realizar lo mismo en sus hogares, para reducir el consumo de electricidad y generar una energía más limpia (Ikea, 1999-2017).

Con estas acciones, las compañías logran una percepción positiva de sus consumidores y atraen a más clientes, a través de una buena comunicación y de lograr lucirse ante su público objetivo. Esto es un arduo trabajo de las relaciones públicas.
Las relaciones públicas son el conjunto de actividades organizadas por una organización con el objetivo de lograr una imagen favorable de credibilidad y confianza tanto del público interno como externo, alcanzando un entendimiento mutuo en función de objetivos empresariales (Muñoz, 2010).

Otro término utilizado en el ámbito de comunicación y relaciones públicas para referirse a los públicos son los *stakeholders.*

Los *stakeholders,* hacen referencia al alcance y afectación del público involucrado. (IESE, 2009). Según Ed Freeman (2010), en su libro *Stockholders* and *Stakeholders,* señala dos significados del término:

"*Stakeholder* con aceptación amplia: Cualquier grupo o individuo identificable que pueda afectar el logro de los objetivos de una organización o que es afectado por el logro de los objetivos de una organización. *Stakeholder* con aceptación restringida: Cualquier grupo o individuo identificable respecto del cual la organización es dependiente para su supervivencia.

Imagen Corporativa
La Imagen Corporativa puede ser definida como el conjunto de características o atributos que la organización desea que sus públicos piensen de ella, es decir que la organización desea que su público capte la percepción deseada y su personalidad. La imagen que los públicos perciban estaría diseñada para influir, y para esto las organizaciones deben manejar adecuadamente su comunicación (Capriotti P. , 2004).

Capitulo II: Marco Metodológico. Alcance o Tipo de Investigación

La presente investigación será de carácter exploratoria y descriptiva. Identificar opiniones y percepciones de los públicos a través de técnicas de investigación cualitativas.

La investigación posee un alcance metodológico descriptivo, el cual proporciona una vía para determinar la fiabilidad y validez del estudio mediante hallazgos de información y la utilidad de ejecución que posee. Entre estos materiales se destacan las experiencias culturales o personales, la observación de la interacción de los participantes en los escenarios y otros tipos de información reflexiva. (Toro, 2003)

Con la investigación descriptiva se podrá identificar el problema, las dimensiones y posibles soluciones. Se realizarán entrevistas a los distintos tipos de Gerencia y personal involucrado de la compañía, para conocer a fondo los antecedentes y cómo se manejan los procesos en la actualidad.

Lo siguiente será la toma de encuestas y de entrevistas a profundidad a grupos seleccionados como parte de una investigación descriptiva, para elegir el número de personas a encuestar se realizará una muestra aritmética que se explicará más adelante.

Toma de muestra aritmética

Para determinar el tamaño de una muestra, se deberán tomar en cuenta la siguiente fórmula y variables:

$$n = \frac{N \times Z_a^{\,2} \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_a^{\,2} \times p \times q}$$

En donde:

N = tamaño de la población

Z = 1.96 al cuadrado (nivel de confianza 95%)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

Q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Para la toma de la muestra aritmética se tomó a la población total de trabajadores de la matriz principal de Grupo Torres y Torres, donde está la sede principal y los empleados más afectados en cuanto a la problemática de investigación, con un nivel de confianza del 95% y se utilizó la tabla Z de distribución normal. Dando los siguientes resultados:

N = 150

Z =3.8416

P = 0,05

Q = 0,95

D = 0,05

Total = 97

Análisis de Resultados

Diagnóstico Situacional

Después de realizar la auditoria interna en Grupo Torres & Torres, se encontraron distintos problemas de comunicación interna. Estos problemas afectan a la imagen y percepción del departamento de RRHH y Comunicación y a la Identificación de Cultura interna que se vive en la organización. Es por esto que se realizó una propuesta de campaña de comunicación con distintas estrategias comunicacionales para fortalecer la Imagen y la cultura de la compañía.

Ilustración 2. Diagnóstico Interno y Externo Comunicacional de Grupo Torres & Torres

Diagnóstico Grupo Torres & Torres

La empresa está constituida por un grupo de 4 empresas, dedicadas a brindar un servicio logístico de Comercio Exterior. Además especializada en el Agenciamiento Aduanero con cobertura a nivel nacional. La compañía tienen 560 empleados y varias sucursales en Guayaquil y Quito.

Diagnóstico Comunicación Interna

El área de comunicación está dentro de las funciones de Recursos Humanos. El dpto. de RRHH posee ocho personas encargadas de los subprocesos del área y están ubicados en el edificio principal en el sur de Guayaquil, a excepción de la trabajadora social que está en otra oficina.

Diagnóstico Comunicación Externa

La comunicación externa es manejada desde el departamento de Servicio al Cliente.

Fortalezas: RRHH hace 3 meses contrató una persona para que se encargue de la comunicación interna ya que ellos no tenían conocimiento. Se les envía las comunicaciones a los colaboradores por correo y también un boletín semanal.

Debilidades: Hay mucha resistencia a la incorporación de la nueva persona de Comunicación y los mensajes enviados. No todos los públicos los reciben. No tienen revista con las actividades. La cartelera está desactualizada y no es llamativa. No hay planificación de objetivos ni cronograma en cuanto a comunicación. Los empleados no tienen clara la cultura empresarial.

Oportunidades: No poseen manual de crisis, los empleados desconocen como actuar ante las eventualidades, no realizan Relaciones Públicas

Amenazas: imagen negativa hacia los públicos, no comunicar bien sus actividades, mala reputación hacia futuros empleados, accionistas,etc.

Fuente: Elaborado por la autora

Análisis de las encuestas

Dentro de los objetivos del plan de comunicación, está mejorar el clima laboral que se vive dentro de la organización, por lo que se elaboró una encuesta a los trabajadores de la compañía para el levantamiento de información, y se reportaron los siguientes resultados:

1. ¿Se siente orgulloso de pertenecer a su empresa?
2. ¿Considera que su puesto de trabajo está en buenas condiciones?
3. ¿Tiene suficiente autonomía en el trabajo?
4. ¿Sus ideas son escuchadas por jefes o superiores?
5. ¿Considera que su trabajo está bien remunerado?

Análisis: Las primeras cinco preguntas, están enfocadas en la medición del clima laboral, donde se encontró que la mayoría de las respuestas de los trabajadores indican una alta aceptación por parte de los mismos hacia las políticas y reglamentos establecidos por la compañía. Los resultados mostraron que el 83% de los empleados se encuentran a gusto de trabajar en la compañía y un 60% de los empleados considera que las instalaciones son cómodas para trabajar. Con este nivel de satisfacción los trabajadores tendrán un mayor nivel de productividad, lo que apoyará a los objetivos de la empresa.

A pesar de que tener un personal a gusto con su trabajo, existe un grupo de personas (40%) que no se sienten cómodos con el lugar del trabajo, además que la mitad de los encuestados no están de acuerdo con el salario que reciben. Si bien es un tema polémico de tratar en las compañías, a futuro esto puede causar un malestar general. Para enfrentar esto sin necesidad de incrementar los sueldos, la empresa puede implementar actividades diferentes que hagan sentir a los empleados parte de la empresa y consideren el sueldo como un atributo secundario en el aspecto laboral.

a. ¿Su jefe inmediato comunica con claridad las expectativas de desempeño?
b. Poseo un claro entendimiento de los objetivos de la empresa.
c. ¿El puesto que ocupa en la empresa está en relación con la experiencia que Ud. posee?
d. ¿Conoce la Misión de la empresa?
e. La misión de la empresa, ¿Se orienta a sus valores y principios? (Siendo 5 el de mayor Acuerdo y 1 el de menor acuerdo).
f. ¿Conoce la Visión de la Empresa?
g. La visión de la empresa, ¿Es realista y alentadora?
h. La visión de la empresa, ¿Incorpora intereses comunes?

Análisis: El último grupo de preguntas tuvo la finalidad de medir la comunicación organizacional, por lo que se realizaron preguntas de conocimiento básico sobre los objetivos de la empresa. Esta encuesta otorgó un conocimiento claro de la mayoría de los empleados sobre la misión y visión de la empresa, aunque lo ideal sería que el 100% conozca y comparta las mismas.

Además, existen otras áreas de mejora en el aspecto comunicacional, ya que, si bien la mayoría de los empleados conocen la misión y visión de la empresa, un buen número de ellos (25%), no encuentran una relación de las mismas con los objetivos organizacionales. Así mismo un grupo de empleados (24%) no tiene claro su plan de crecimiento y las metas planteadas por sus jefes inmediatos y la gerencia.

Sabiendo esto, se puede decir que la empresa tiene que reforzar su plan de comunicación interna, ya que, si bien sus indicadores de clima laboral no sean negativos, en un futuro el personal que no está de acuerdo o no se siente orgulloso de trabajar para el Grupo Torres & Torres puede incrementarse y generar un malestar a toda la empresa. Todos los trabajadores de la compañía deben alinearse a la cultura organizacional de la misma y tener objetivos en común.
Entrevistas a profundidad.

Para conocer la comunicación actual que se vive en la organización, se entrevistó a la Gerente de Recursos Humanos, quien posee alrededor de 10 años en la compañía y con mucho conocimiento de los procesos e indicó que la empresa no cuenta con un plan estratégico de comunicación.

Resultados de entrevista a profundidad

Ilustración 3. Resumen entrevista a profundidad

Pregunta	Respuesta
Segmentación del público interno	Nos separamos por áreas. Por ejemplo la administrativa operativa, comercial y otras areas de apoyo
Actividades de comunicación	La persona de comunicación lleva 3 meses en la compañía. Se encargara de proyectos enfocados en cultura, organización de eventos.
Cronograma /Objetivos de Comunicación	No tenemos todavía un cronograma de las acividades o acciones destinadas a este ámbito.
Medios de comunicación	Interna: Mails, Cartelera, Whatsapp. Externo: Lo maneja el dpto. de Call center
Crisis empresariales	Si hemos enfrentado crisis pero no tenemos lineamientos ni guias del manejo de las mismas. Los gerentes deciden manejarlo a su manera.
Oportunidades de comunicación	Generar apertura por parte de los trabajadores, enfocarse en la cultura organizacional y los valores, revisar los canales de comunicación
Expectativas de Comunicación	Tener canales de comunicación efectivos, que haya una mejor respuesta a las actividades de comunicación, tener un soporte para el manejo de crisis.

Fuente: Elaborado por la autora

En el cuadro resumen se puede encontrar las respuestas a los principales puntos que están enfocados en la situación comunicacional de la organización y el manejo de crisis. Se identifica que el área de comunicación está siendo estructurada, sin embargo, no posee objetivos con un plazo a seguir, además existe una negatividad de los trabajadores ante las actividades de comunicación. Por otro lado, la persona encargada del departamento de recursos humanos señala que no poseen un manejo de crisis formal ni lineamientos para seguir ante las eventualidades, lo que podría ocasionar daños reputacionales a la organización y generar un mal ambiente de trabajo por falta de preparación.

PROPUESTA

Plan Estratégico de Comunicación Interna

Ilustración 4. Propuesta PEC 1

Problema	No existe una segmentación de público interno con sus canales de comunicación y tampoco un feedback de las acciones tomadas anteriormente, si el mensaje enviado se recibe y cumple sus objetivos de comunicación a nivel total de trabajadores. Además, se vive un ambiente de negatividad por parte de los trabajadores ante las actividades de comunicación.
Objetivo	Mejorar la comunicación interna dentro de la empresa Grupo Torres & Torres dentro de un año.
Estrategia 1	Crear una segmentación del público interno y sus canales de comunicación para evaluar si el mensaje es efectivo.
Estrategia 2	Reforzar la comunicación con las jefaturas hacia sus reportes directos.
Estrategia 3	Disminuir resistencia ante las acciones de comunicación

Estrategia 1

Actividades	Canales	Indicadores
Realizar una segmentación generacional, resaltanto preferencias y canales de comunicación para cada empleado.	La persona encargada de comunicación enviará los mensajes de las distintas actividades e informaciones importantes a los empleados de Torres & Torres a través del canal más adecuado para el tipo de segmentación; correo electrónico, cartelera, newsletter, mensajes de texto.	Fórmula: (Comunicaciones leídas / Comunicaciones enviadas). RRHH deberá hacer una encuesta para medir si sus comunicaciones han sido recibidas por parte de las áreas segmentadas
Presentar a gerencia la segmentación del público interno y a la estructura de recursos humanos para que estén alineados.	Presentación en utilitarios a la gerencia resaltando el objetivo y los beneficios de esta segmentación.	N/A

Estrategia 2

Actividades	Canales	Indicadores
Realizar una auditoría para evaluar la comunicación de mandos medios a sus reportes.	Recurso humanos junto con el analista de comunicación realizarán evaluaciones a los jefes y a sus subordinados para tener retroalimentación sobre el proceso de comunicaicón. Las evaluaciones se realizarán trimestralmente.	Se medirá por el porcentaje de satisfacción de los empleados hacia sus jefes. En la evaluación se pondrá la siguiente pregunta. " ¿Está de acuerdo con la forma en que su jefe le comunica las cosas?" y las respuestas irán del 1 al 5 siendo 1 muy de acuerdo y 5 en desacuerdo.

Estrategia 3

Actividades	Canales	Indicadores
Desarrollar un comité de comunicación para el involucramiento de otras areas para generar *engagement* con los trabajadores.	El comité estará liderado por la encargada de comunicación, sin embargo integrará a jefaturas de otros departamentos para la elaboración de mensajes y comunicaciones.	Se medirá por el porcentaje de satisfacción de los empleados hacia el comité. En la evaluación se pondrá la siguiente pregunta. " ¿Está de acuerdo con la forma en que el comité actúa como nexo de comnicación entre diversos departamentos?" y las respuestas irán del 1 al 5 siendo 1 muy de acuerdo y 5 en desacuerdo.
Diseñar una cartelera más creativa y con mejor contenido	El departamento de Recursos Humanos elaborará carteleras ubicadas en lugares estratégicos, para que el personal observe las noticias importantes del departamento de comunicación.	N/A
Creación de una revista digital trimestral con las mejores prácticas y novedades de la compañía.	La encargada de comunicación contratará a una agencia de publicidad, que diseñe e imprima una revista física trimestral de las actividades que se han realizado en el trimestre.	N/A

Fuente: Elaborado por la autora

Ilustración 5. Propuesta PEC 2

Problema	No todo el público interno tiene claros los objetivos de la organización y la cultura de la compañía.
Objetivo	Fomentar la cultura organizacional de la empresa posicionando la misma en la mente de todos los trabajadores en un periodo de 6 meses.
Estrategia	Integración del personal con distintas actividades para incentivar la cultura organizacional.

Actividades	Canales	Indicadores
Realizar actividades internas de participación y entretenimiento como pausas activas, *gamification*, etc.	El departamento de recursos humanos junto con comunicación harán actividades semanales de pausas activas y premiaciones por concursos internos	Se medirá con la encuesta de satisfacción de personal, se preguntará si están de acuerdo con las nuevas iniciativas del departamento de comunicación, siendo 1 muy de acuerdo y 5 en desacuerdo.
Realizar un día de actividad sobre la cultura y valores corporativos, pegando en las mesas del comedor tablas de juegos relacionados con la cultura organizacional, además pasar un video del gerente hablando de la misión y visión.	El departamento de recursos humanos deberá realizar este "día de la cultura y valores corporativos", sin interrumpir las necesidades del negocio.	Se medirá con la encuesta de satisfacción de personal, se preguntará si están de acuerdo con las nuevas iniciativas del departamento de comunicación, siendo 1 muy de acuerdo y 5 en desacuerdo.
Realizar cursos de seguridad, enfocados en las distintas actividades de los empleados, informando los procedimientos formales y la manera de actuar ante alguna eventualidad.	Los encargados de dirigir esta campaña son el departamento de seguridad y salud ocupacional, realizando un cronograma de entrenamientos y capacitaciones, con el objetivo de cumplir con la capacitación de todo el personal de la organización.	Se tomará una evaluación al personal, una vez recibida la capacitación para evaluar su nivel de aprendizaje y conocer si necesita ser reforzado.

Fuente: Elaborado por la autora

Ilustración 6. Propuesta PEC 3

Problema	La organización tendrá un cambio de instalaciones en el 2019 y los colaboradores sienten incertidumbre y negatividad en cuanto al cambio de planta, por razones distintas como ubicación, alimentación, razones personales, etc
Objetivo	Disminuir la resistencia al cambio de parte de los empleados hacia la reubicacón de la planta en un periodo de tres meses, antes del cambio.
Estrategia	Involucrar a los empleados en el cambio, para generar un buen ambiente y evitar pérdida de interés y bajo desempeño laboral.

Actividades	Canales	Indicadores
Crear una campaña llamada "Sé el protagonista del cambio", donde se genere comunicaciones informativas de las nuevas areas y beneficios de la estructura.	El encargado de comunicación compartirá correos electrónicos e información en carteleras sobre los beneficios de las nuevas instalaciones con fotos del lugar. Seleccionar a un grupo de empleados y llevarlos en un transporte hacia las instalaciones para que las conozca y se involucre en el proceso del cambio.	Realizar una encuesta de satisfacción anual, en la que se incluya preguntas relacionadas con la comodidad de las instalaciones y el ambiente laboral.
Incentivar a los trabajadores el día del cambio, con el siguiente presente personalizado en su escritorio: una tarjeta que diga "Juan, tú eres el protagonista del cambio. Gracias por tu esfuerzo y dedicación y por formar parte del Grupo Torres & Torres", acompañado con un pin personalizado.	El encargado de comunicación, acompañado con el departamento de recursos humanos realizarán la campaña, junto con un evento de bienvenida en las nuevas instalaciones.	

Fuente: Elaborado por la autora

CONCLUSIONES

Sobre comunicación interna, el área de recursos humanos es el encargado de manejar esta sección, sin embargo, con la contratación de una nueva persona no han tenido buenos comentarios de parte de los trabajadores. Según las encuestas, un 20% de la población no conoce la misión y visión de la organización, además el 21% se encuentra en desacuerdo con su remuneración, y hay falencias con la comunicación entre superiores y subordinados.

Para finalizar, aunque la empresa invirtió en la contratación de una persona encargada de la comunicación interna, no dirige sus recursos para la creación de un plan estratégico de comunicación interna y se continúan exponiendo a varios riesgos que pueden perjudicar a la imagen de la organización.

RECOMENDACIONES

Tomando como referencia la presente investigación, se realizan las siguientes recomendaciones a la empresa Grupo Torres & Torres:

- La implementación de un plan estratégico de comunicación interna para la organización, que vaya alineado a sus distintos tipos de públicos y cumpla con los objetivos establecidos.

- Realizar una auditoría de comunicación anual, para dar seguimiento y evaluar resultados.
- Plantearse objetivos a corto y largo plazo en cuanto a planes comunicacionales.
- Designar y capacitar a un vocero que represente a la organización frente a los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aced, C. (2013). *Relaciones Públicas 2.0: Como gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital.* Editorial UOC.
- Álvarez, J. (2007). Comunicación Interna, la estrategia del éxito. *Razón y Palabra- Red de revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, pagina 56.
- Capriotti, P. (2004). Gestión De Comunicación en las Organizaciones. En J. C. Lozada. España: Remolacha.
- Costa, J. (1999). *La comunicación en acción.* Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Costa, J. (Septiembre de 2003). Creación de la Imagen Corporativa; el Paradigma del Sigo XXI. *Razón y Palabra*, pág. 34.
- Costa, J. (2011). *El ADN del DIRCOM.* Barcelona.
- Costa, J. (2014). *El DirCom de hoy Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía.* Barcelona: Costa Punto Com.
- Enriquez, A. M. (2007). *La comunicación empresarial en situaciones de crisis.* Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- española, D. d. (03 de mayo de 2018). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: http://dle.rae.es/?id=W6MtSWD
- IESE, U. d. (2009). *La evolución del concepto Stakeholder según Ed Freeman.* Navarra, España: IESE.
- Muñoz, M. S. (2010). *Protocolo y Relaciones Publicas.* España: Paraninfo.
- Robbins, S. (2009). Comportamiento Organizacional. Pearson.
- Toro, A. G. (2003). Lectura Crítica de un Estudio Cualitativo Descriptivo. *Index de Enfermería*, 40-41.

005. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN ECUAVISA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK

Autores:

Zaide Estefanía Manzur Espín, Ms.C.

Alumni ECOTEC, Universidad ECOTEC, Ecuador, Master en Dirección en Comunicación (Ecuador), zaidemanzur@gmail.com

Gary Lenin Pulla Zambrano, Ms.C.
Docente Investigador, Universidad ECOTEC, Ecuador, Master en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación (España), gpulla@ecotec.edu.ec

Carmen del Rocío Monedero Morales, Ph.D.
Profesora Contratada Doctora Interina, Universidad de Málaga, España, Doctora con Mención Europea en Periodismo (España), roi@uma.es

RESUMEN

La presente investigación descriptiva de alcance exploratorio se desarrolló con el objetivo de valorar las estrategias de comunicación externa que implementa Ecuavisa en la red social Facebook. Al evaluar las estrategias de comunicación externa desde los datos cuantitativos del performance de Ecuavisa en red se puede apreciar que es el medio nacional con más seguidores y aunque produce menos publicaciones que su competidor directo, Teleamazonas, produce una interacción ligeramente más elevada y mayor valor publicitario. Sin embargo, debe cuidarse ya que su crecimiento no está aumentando en comparación a su competencia indirecta.

Visto desde la imagen y no el performance, Ecuavisa en red parece orientarse más a cazar de tendencias y visitas hacia su página empleando distinto tono comunicacional, un lenguaje informal, contenido en ocasiones jocoso, una imagen visual alegre, memes, entre otros. Al momento, la empresa se encuentra redireccionando esta estrategia para asemejar más la imagen de su página de Facebook y al del canal, aunque esto represente inversión en SEO y una disminución en las interacciones puesto a que mediante Facebook se redirigían sus usuarios a la página web.

Key words: Ecuavisa, Facebook, Engagement, Comunicación externa, Imagen
Keywords: Ecuavisa, Facebook, Engagement, External communication, Image.

INTRODUCCIÓN

Dentro de la revolución tecnológica, en la parte comunicacional destaca el fenómeno de las redes sociales que han tenido un desarrollo imparable desde hace más de una década superando actualmente los 3.400 millones de usuarios frecuentes (Kemp, 2017; Zeler Pighin, 2017; Hootsuite, 2019); de las redes destaca Facebook manteniéndose a inicios del 2019 como la red social más popular a nivel mundial y local (Hootsuite, 2019).

Según los últimos reportes oficiales del Instituto Nacional (INEC, 2017) para diciembre del 2017, el 58,3% de la población de 5 años de edad o mayor, había utilizado internet por lo menos una vez durante el año, pero de estas el 74,7% lo habían hecho por lo menos una vez al día, mayormente con dos fines: 40,7% para obtener información y el 31% como medio de comunicación y el mismo reporte presenta incrementos en las cifras en relación a años anteriores.

Ante esto, resulta evidente la importancia del internet y la red social Facebook como fuente de información y comunicación para el país. La información sobre la comunicación digital en el país continúa siendo insuficiente y esta necesidad es un problema al ser ésta el presente y el futuro de la comunicación, por esto es imperativo generar un estudio al respecto.

El consumo masivo de la información de los medios comunicación en el nuevo entorno digital evidencia y anticipa un cambio económico, tecnológico y estructural en el sector de la comunicación y la necesidad creciente de generar interacción bidireccional real, de pasar del discurso al diálogo, de virilizarse y elaborar contenidos cada vez más adaptables, interactivos y *transmediáticos* (Altamirano-Benítez, 2018; López, Campos, López, & Rivas, 2018).

La presente investigación tendrá como objeto de estudio la cuenta del medio de comunicación con más seguidores en Facebook del país. Se plantea que a través del análisis y de la valoración de las estrategias de comunicación externa de la cuenta de Ecuavisa en Facebook se podrá reconocer información relevante para los profesionales y la academia sobre el manejo actual digital a nivel local.

Objetivo general

Valorar las estrategias de comunicación externa que implementa Ecuavisa en la red social Facebook.

Objetivos específicos

1. Analizar los aspectos teóricos relacionados a la comunicación externa en las redes sociales.
2. Evaluar la implementación de las estrategias de comunicación externa de Ecuavisa en Facebook mediante el performance de los principales indicadores de dicha red social.
3. Determinar las estrategias de comunicación externa usadas por Ecuavisa que son factibles para ser replicadas en otros medios de comunicación para su uso en la red social Facebook.

DESARROLLO

Marco teórico

La comunicación general

Si se estudia la comunicación como materia y modelo, la investigación se vuelve increíblemente amplia. Tanto en la Enciclopedia Internacional de la Comunicación de Donsbach y la Enciclopedia de Teorías de Comunicación Littlejohn & Foss se perciben la diversidad de teorías con distintas bases multidisciplinares (Ibekwe-SanJuan & Dousa, 2014).

Debido a que las razones socioeconómicas influyen en gran medida en las investigaciones que se realizan y a que los mercados actuales se caracterizan por su rápido crecimiento y tendencias cambiantes, es natural que la comunicación enfocada al sector corporativo sea objeto de gran cantidad de estudios y se haya establecido como una disciplina de alta demanda.

Comunicación Corporativa

La visión tradicional se orienta internamente a estructuras verticales, a una jerarquía más estática y externamente a una comunicación unidireccional. Por otro lado, la visión totalizadora (Van Riel, 1997, 2003) proviene del sistema holístico integral anglosajón (Mattelart, 2000) y se concentra en objetivos (Nonaka & Tackeuchi, 1999), no en departamentos o áreas, es más una “comunicación de dirección”, una “gestión integral” donde la comunicación es vital (Van Riel, 1997, 2003).

Sin embargo, decir que una u otra visión es completamente correcta ya que la comunicación responde a los objetivos y necesidades de cada organización, y pese a adaptarse aún hay empresas que internamente se manejan de forma más tradicional y funcionan, incluso externamente en mercados tradicionales, aunque estos parezcan reducirse día a día. Es precisamente por el complejo manejo que requiere cada público: los empleados, clientes, proveedores, distribuidores, bancos, prensa, sector público, sindicatos, accionistas o socios, etcétera; que son requeridas las Relaciones Públicas.

Relaciones Públicas y Redes Sociales

Para trabajar, las relaciones públicas se pueden dividir dependiendo de los públicos que atienden en R.R.P.P internas, con el propio personal de la organización, y R.R.P.P externas, para los clientes, gobierno, comunidad, étcetera (Rios Szalay, 1990); aunque también existen públicos mixtos y más de una postura sobre cómo clasificarlos. Indiferentemente de las teorías y públicos, lo impresindible es consevar la buena reputación, mantener una percepción positiva, forjar una relación basada en la credibilidad, confianza, armonía y compresión mutua con los públicos.

Debido a las redes sociales hoy la empresa es su propio medio, está obligado a llevar un canal de comunicación directo, fluido y dinámico ante comunidades digitales; el alcance de cada conversación posee límites tan borrosos como los de la red a la que pertenece y esto es un arma de doble filo.

Las redes sociales rompen paradigmas día a día; las nuevas formas y el aumento de la frecuencia en la interacción propiciado por las facilidades que brindas las redes ha originado que la necesidad intrínseca de comunicación se vuelva hiperbólica, sobre todo para las nuevas generaciones. (Ayala P., 2014; Castells & Kumar, 2014; Wichels, 2014; García-Lavernia Gil, 2015).

"Las tecnologías son un hecho real, existen y son necesarias, por tanto no hay posibilidades de rechazo" (Molina, et al., 2015). La opinión pública se concentra en las redes y las empresas a adaptar los modelos de relaciones públicas y comunicación. La gestión de las redes sociales es tan importante que en pocos años se ha creado y consolidado la figura del *Community Manager* como un elemento indispensable en los departamentos de relaciones públicas y comunicación (Wichels, 2014).

Método de investigación

La investigación tendrá un alcance exploratorio y será de tipo descriptiva, no-experimental, es decir que no se afectará al fenómeno estudiado, solo se procurará analizar la realidad actual pertinente al mismo.

El enfoque de la investigación es tanto cualitativo cuantitativo ya que el análisis compilará y generará información primaria de ambos tipos a través de fuentes oficiales y fidedignas sobre el tema relevante y poco abordado.

Mediante el análisis del medio de comunicación ecuatoriano más popular en la red social Facebook y su entorno competitivo, se prevé generar información que no solo nutra a la academia y a los profesionales del área a través de datos reales, sino que además brinde a las mismas cuentas la oportunidad de evaluar su gestión una vez terminado el estudio.

El fenómeno estudiado es la comunicación externa realizada por Ecuavisa a través de la red social Facebook por lo que la mayor parte del estudio será realizado en línea.

Tabla 4 Operacionalización de las variables

Variable	**Indicadores**	**Instrumentos**
V. Independiente: ***Teoría Comunicacional*** ***e indicadores de* performance**	-Publicaciones, fotos, y respuesta a comentarios. -E*ngagement* e indicadores de performance en Facebook. -Indicadores de performance de medios relacionados.	-Revisión Bibliográfica. -Evaluación del *engagement rate* y otros indicadores de performance. -Tablas comparativas.
V. Dependiente: **Estrategias de comunicación de externa**	-Estrategias de comunicación. -Objetivos de Comunicación.	-Análisis documental.

Nota.Tabla correspondiente de Operacionalización de las variables. Elaboración propia

Análisis de los resultados

Para valorar cuantitativamente de forma general el objeto de estudio, la cuenta oficial de Ecuavisa en la red social Facebook, en relación a su competencia, es necesario apreciar el desempeño que los medios de comunicación ocupan. El estudio permite ver que los medios ocupan un lugar preponderante tanto para el tráfico web general del país como para la red social en cuestión:

Tabla 5 Top de Páginas Web en Ecuador según Alexa

Top de Páginas Web de Alexa	**Página Web**	**Pageviews diarias por visitante**	**% de Tráfico en búsquedas**	**Total de linking in a la página**
1	Google.com	10,70	0,60%	2303322
2	Youtube.com	4,96	10,80%	1807917
3	Elcomercio.com	2,00	42,50%	7169
4	Eluniverso.com	2,02	46,60%	6742
5	Facebook.com	3,92	7,50%	4662141
6	Google.com.ec	3,66	13,30%	1781
7	Live.com	3,66	13,30%	38795
8	Ecuavisa.com	1,67	32,80%	1786
9	Wikipedia.org	3,11	52,90%	1250689
10	Forosecuador.ec	1,24	73,90%	673

Nota. Recuperado de Alexa Internet, Inc., 2019. Elaborado por la autora.

Facebook Pages Stats in Ecuador

		Total Fans
1	BARCELONA SPORTING CLUB - Página oficial ECUADOR	3 734 696
2	Ecuavisa ECUADOR	3 346 828
3	TC Televisión ECUADOR	2 780 753
4	Anthony Swag ECUADOR	2 501 749
5	Chevrolet ECUADOR	2 409 094
6	DIRECTV Latin America ECUADOR	2 393 178
7	El Comercio ECUADOR	2 074 147
8	Teleamazonas ECUADOR	2 035 013
9	El Universo ECUADOR	1 916 268
10	Al Plateau - البلاتوه ECUADOR	1 858 513

Figura 1 Top Cuentas de Facebook Ecuador.

Recuperado de Socialbakers, 2019. Elaboración propia.

Es posible observar que Ecuavisa, a pesar de no ser el medio con la página web con más tráfico, es la cuenta en red social de estudio, con más seguidores.

Tabla 6 Top Medios Ecuatorianos Online

Página web	**Seguidores Facebook**
1° Elcomercio.com	1° Ecuavisa
2° Eluniverso.com	2° TC Televisión
3° Ecuavisa.com	3° El Comercio

Nota. Recuperado de Alexa Internet, Inc., 2019 y de Socialbakers, 2019.

Elaborado por la autora.

Para un examen de mayor profundidad es necesario segmentar con el criterio de un comunicador, es decir, considerando cómo y a qué público se dirige la marca y, aunque en Facebook según los datos cuantitativos Ecuavisa lidera por encima de todos los nombrados, la comparación directa debe hacerse con un medio televisivo que apunte a la misma audiencia, el cual según posterior a entrevistas realizadas a expertos dentro y fuera de Ecuavisa (Ver anexos), se puede inferir que es, sin lugar a dudas, Teleamazonas.

Figura 2 Interacción Ecuavisa vs. Teleamazonas

Elaborado por la autora con la herramienta Fanpagekarma de uphill GmbH, 2019

Total de Reacciones, Comentarios, Compartidos

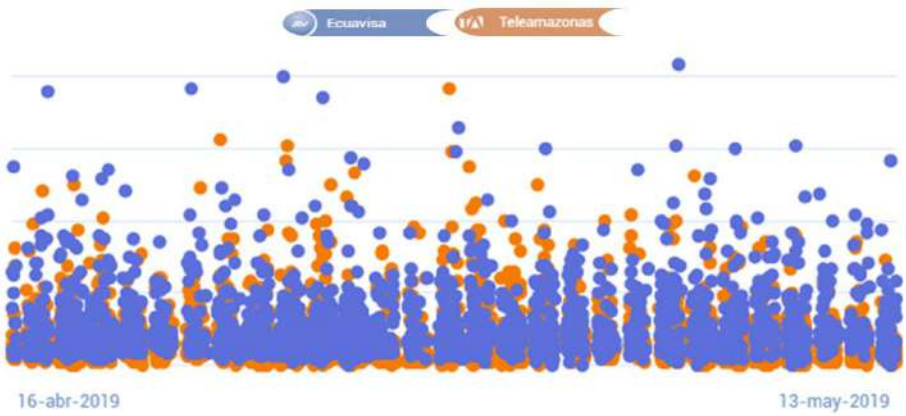


Figura 3 Interacción Ecuavisa vs. Teleamazonas.

Elaborado por la autora con la herramienta Fanpagekarma de uphill GmbH, 2019

Ecuavisa tiene un número mucho más alto de seguidores, comparado con Teleamazonas. De igual manera tiene una interacción ligeramente más elevada, así como nivel de servicio más alto.

Los posteos de Ecuavisa son en su mayoría imágenes y que llegan hasta 500 reacciones por publicación, mientras que en la cuenta de Teleamazonas se publican más enlaces que llegan hasta un número de reacción de 276, menor a Ecuavisa.

Tanto Ecuavisa como Teleamazonas tienen un 100% de contenido nuevo, es decir contenido generado por ellos mismos, sin repost o links de otras cuentas. Lo cual genera un mayor compromiso con la audiencia.

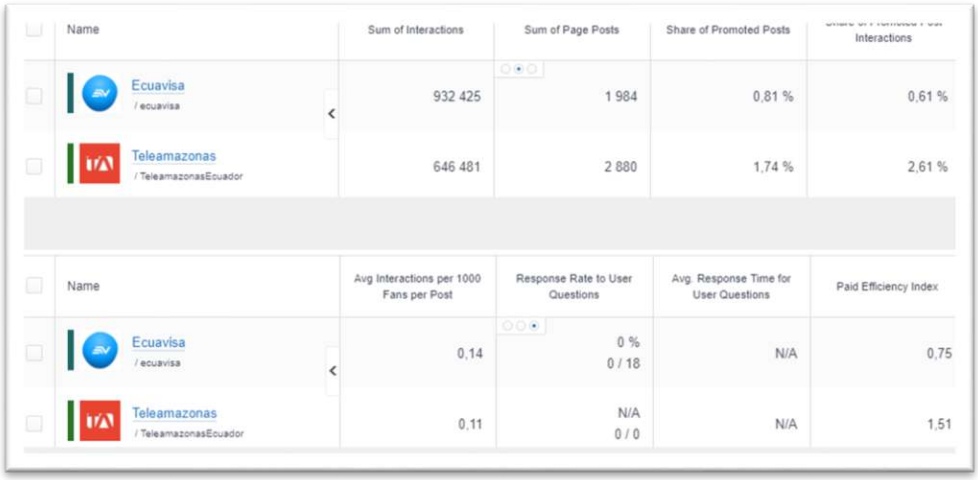
El siguiente cuadro evidencia que el rendimiento general y, por ende, el valor publicitario de Ecuavisa es mayor:

Tabla 7 Rendimiento Ecuavisa vs. Teleamazonas

	Ecuavisa	Teleamazonas
Índice de rendimiento	8%	10%
Cantidad de fans	3.3 millones	2.0 millones
Evolución semanal	0,02%	0,04%
Compromiso	0,92%	1,10%

Interacción de las publicaciones	0,01%	0,01%
Nivel de Servicio	3,50%	n.a.
Publicaciones/Día	70	101
Valor Publicitario	509k €	450k €

Nota. Elaborado por la autora con la herramienta Fanpagekarma de uphill GmbH, 2019



Name	Sum of Interactions	Sum of Page Posts	Share of Promoted Posts	Interactions
Ecuavisa / ecuavisa	932 425	1 984	0,81 %	0,61 %
Teleamazonas / TeleamazonasEcuador	646 481	2 880	1,74 %	2,61 %

Name	Avg Interactions per 1000 Fans per Post	Response Rate to User Questions	Avg. Response Time for User Questions	Paid Efficiency Index
Ecuavisa / ecuavisa	0,14	0 % 0 / 18	N/A	0,75
Teleamazonas / TeleamazonasEcuador	0,11	N/A 0 / 0	N/A	1,51

Figura 4 *Interacción Ecuavisa vs. Teleamazonas.*

Elaborado por la autora con la herramienta Fanpagekarma de uphill GmbH, 2019

Esta última figura muestra el crecimiento comparativo entre Ecuavisa y Teleamazonas, su par. Se evidencia como Ecuavisa, a pesar de tener menos posts tiene una interacción mucho mayor.

Figura 5

Crecimiento semestral Ecuavisa. *Fuente*: *Social Bakers*, 2019

La figura 4, a pesar de dominar actualmente, su crecimiento aproximado sí es superado sin embargo no es el más rápido. Su competencia indirecta: Revista Vistazo, Metro Ecuador y El Comercio se encuentran entre las cuentas de Facebook de más rápido crecimiento a nivel local (Socialbakers, 2019). Esto no es necesariamente una mala señal, puesto a que mientras más seguidores tiene la cuenta, son distintos los desafíos para generar alcance; sin embargo, es una señal de no bajar la guardia para la empresa. En el estudio cuantitativo destacó mucho la gestión de El Comercio.

En ciertas noticias Ecuavisa usa leads más extensos que en otras. En esta, por ejemplo, se nota que es más largo que el lead de Teleamazonas. No necesariamente significa que es lo mejor.

Figura 6 *Noticias* Ecuavisa y Teleamazonas, 2019

Ambos usan herramientas de automatización para publicar notas. Se puede notar por el URL. Sin embargo, su contenido es entretenido y parece mayormente original, salvo ciertas notas de medios internacionales que se asume solo pueden ser compartidas mediante convenio.

Figura 7 *Noticias* Ecuavisa, 2019

Figura 8 *Noticias* Ecuavisa, 2019

Figura 9 *Noticias* Ecuavisa, 2019

Ecuavisa complementa sus noticias con notas jocosas como la de los cangrejos para incentivar las interacciones y así promocionar su programación. También están implementando tips de diversas índoles, esto se puede asumir que es para generar interacción con las diferentes audiencias, mayormente jóvenes. En estas publicaciones su comunicación es jovial y usa emojis. La imagen general es, en muchos sentidos, diferente a la que maneja el canal y es un recurso que usan frecuentemente.

Figura 10 *Noticias* Ecuavisa, 2019

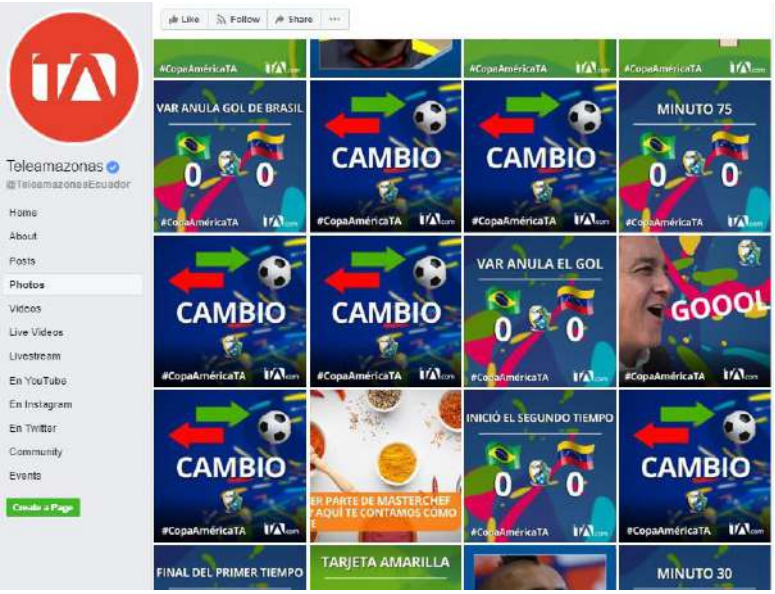


Figura 11 *Noticias* Teleamazonas, 2019

Ambos medios intentan conseguir el interés mediante entretenimiento, sea música o deporte, pero en el ejemplo se ve como Teleamazonas es más informativo directamente y Ecuavisa realiza *clickbait* y prefiere usar sus posteos para redirigir a los usuarios hacia su página web. Esto se ve también los posteos generales de noticias, donde Teleamazonas realiza descripciones un poco más completas de la noticia posteada.

Figura 12 *Noticias* Ecuavisa y Teleamazonas, 2019

Ecuavisa a veces implementa la imagen limpia y algunas veces usa una plantilla con texto encima. No mantiene una igualdad. Teleamazonas siempre "brandea sus imágenes" y coloca texto encima. Otra diferencia interesante es que Ecuavisa, cuando publica un video, en el caption solo coloca la palabra "video". Pudiera aprovechar todos los atributos de Facebook y colocar unos segundos del video para enganchar. Esto último SÍ lo hace Teleamazonas.

Figura 13 *Noticias* Ecuavisa y Teleamazonas, 2019

Figura 14 *Noticias* Ecuavisa y Teleamazonas, 2019

Ecuavisa y Teleamazonas usan las mismas imágenes en muchas de sus noticias y Teleamazonas en varias ocasiones repite las publicaciones de una misma noticia hasta 4 veces.

CONCLUSIONES

Al evaluar las estrategias de comunicación externa desde los datos cuantitativos Ecuavisa es el absoluto ganador de todos los medios nacionales en Facebook, sin embargo, debe cuidarse ya que su crecimiento no está aumentando en comparación a su competencia indirecta. Desde un punto de vista cualitativo, se puede decir al compararlo con su competencia directa que el contenido de Teleamazonas es ligeramente mejor en relación a la marca: es más ordenado, más relacionado a la imagen del canal y en general parece aprovechar más las herramientas de Facebook para cumplir su fin informativo. Por otro lado, Ecuavisa caza más tendencias y visitas hacia su página, genera interacción, pero también una imagen en muchos sentidos distinta al canal: tono comunicacional y lenguaje informal, contenido, imagen visual alegre, memes y tendencias, etcétera.

Contenido y manejo

Ecuavisa.com y su cuenta de Facebook están estrechamente ligadas. Funcionan en una sola redacción, los mismos redactores que hacen sus notas se encargan de la difusión en redes sociales y la tarea de la Community Manager es de posicionar el contenido, realizar sugerencias para su mejora y circulación por lo que la operación de ambas va de la mano.

El personal de Ecuavisa.com alimentan la red social. Los mismos periodistas escriben y suben la nota. No ha sido un problema hasta ahora, tienen un banco de claves y políticas de seguridad y para ello utilizan un Manual de Estilo para redes sociales desarrollado con el fin

de que el contenido no varíe mucho en estilo y no se note que publican varias personas, porque Ecuavisa es una sola voz.

Importancia de la red y público

65% de las visitas, page views, a la página web Ecuavisa.com es a través de la red social Facebook; diariamente Facebook genera views de más de 100mil usuarios. En Facebook, la audiencia está en su mayoría compuesta por mujeres entre 24 y 35 años y entre Guayaquil y Quito, pero a la página web, las visitas que llegan son mayormente de Quito. Tanto por el público actual como por los números, se percibe el éxito de la empresa en una estrategia

Estrategia actual

La empresa en web posee estrategias de comunicación digital, pero estas no están relacionadas con la estrategia de comunicación del medio porque la percepción de ambas es distinta; en el canal existe una figura más seria y reconocida, en redes no y, por las nuevas tendencias y relevancia en los canales de consumo de noticia, la empresa se orienta a cambiar eso.

La estrategia está más ligada a la imagen que a page views, tiempo de permanencia y clicks. En cierto sentido, la empresa está disminuyendo los page views a cambio de aumentar el prestigio de la marca: De 23 millones de page views mensuales la página ha bajado a 11-10 millones. No se ha eliminado todo contenido de entretenimiento, pero es más mesurado y se han creado redes para En Contacto, separando de cierta forma la marca.

Ya que anteriormente las visitas provenían de Facebook y la *fan page* creaba cierta disonancia con la imagen del canal, ahora la empresa se enfoca más en el SEO, para mejorar los ingresos por búsqueda.

La parte digital, en especial la cuenta en red social Facebook, atraviesa un cambio total. Esto se puede apreciar notoriamente ya que encaja y explica las apreciaciones cuantitativas y cualitativas, además en cierta forma explica al mismo tiempo tanto reconoce como excusa las críticas profesionales realizadas en los anexos sobre las cualidades del contenido. Los números reflejan el peso de la marca y el éxito de la estrategia anterior, esto deja tanto aprendizajes en los aspectos positivos como negativos, el coste y ganancias de manejar imágenes distintas en medios distintos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alexa Internet, Inc. (6 de Enero de 2019). *Alexa*. Recuperado el 10 de Enero de 2019, de https://www.alexa.com/topsites/countries/EC

INEC. (2017). *Ecuador en Cifras.* Recuperado el 10 de Enero de 2019

Alexa Internet, Inc. (6 de Enero de 2019). *Alexa*. Recuperado el 10 de Enero de 2019, de https://www.alexa.com/topsites

Socialbakers. (Enero de 2019). *Socialbakers*. Recuperado el 10 de Enero de 2019, de https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/ecuador/

Coronel, G. (2015). Estado de diarios, revistas y medios digitales. *Pauta Geral-Estudos em Jornalismo*, 51-72.

Odriozola-Chéné, J. (2016). La investigación del ciberperiodismo en Ecuador: estado de la cuestión y perspectivas a futuro. *Razón y Palabra*, 66-86.

Apolo, D. (2015). COMUNICACIÓN DIGITAL Y POLÍTICA: APROXIMACIONES PARA SU GESTIÓN . *REDMARKA UIMA*, 3-22.

Ulloa, N., & Silvia, A. (diciembre de 2014). *Revista Latina de Comunicación Social.* Obtenido de http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/148_Ulloa.pdf

Gonzáles Córdova, M. (2016). Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general en su versión digital. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 746-766.

Renfigo, A. (2017). COMUNICACIÓN Y TECNOPOLÍTICA EN EL ECUADOR FACEBOOK: NUEVA HERRAMIENTA DE INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA. *Revista PUCE*, 109-129 .

Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*, 111-117.

Paladines, F., Valarezo, K., & Yaguache, J. (2013). La comunicación integral, un factor determinante en la gestión de la empresa ecuatoriana. *Signo y Pensamiento*, 110-128.

M., P., & Guitiérrez, B. (2015). Blogósfera periodística en Ecuador. *Anagramas*, 115-134.

López, M., Campos, F., López, P., & Rivas, F. (2018). *La comunicación en la nueva sociedad digital.* Mérida: Gráficas El Portatítulo.

Altamirano-Benítez, V. (2018). Convergencia digitaL de la Comunicación Turística. En F. Campos, P. López, & F. Rivas, *La comunicación en la nueva sociedad digital* (págs. 53-56). Mérida: Gráficas El Portatítulo.

Flores de Gortari, S. (1998). *Hacia una comunicación administrativa integral.* Trillas: México.

J., M., Gamo, M. F., Cortés Barragán, R., & Veiga-Cabo, J. (2013). Estructura y contenidos de la comunicación y redacción de artículos científicos. *Medicina y Seguridad del Trabajo*, 159-170.

León, J. J. (Enero-Junio de 2017). Etimología subversiva del verbo "comunicar". *Quórum Académico [en linea], 14*(1), 115-125. Recuperado el 2019, de Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199053181005

Calvo Gutiérrez, M. G. (2016). *La evolución de la estrategia de la comunicación persuasiva: de la estrategia global única a las tácticas locales.* Madrid: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID .

Vidales Gonzales, C. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y sociedad (online), 23*, 11-43. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100002&lng=es&nrm=iso

Re, F. (2017). *La Persuación en la Red: Análisis Retórico de las Estrategias de Comunicación en el Ámbito Político, Institucional y Cultural .* Madrid.

Berlanga Fernández, I., Victoria Mas, J., & Alberich Pascual, J. (2016). Facebook y la Metáfora. La Comunicación Retórica en las Redes Sociales. *Revista Signa* , 413-431.

Lasswell, H. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas. *Institute for Religious and Social Studies.*, 117.

Dance, F. (1967). *Helical Model of Communication.*

van Ruler, B. (2018). Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests. *International Journal of Strategic Communication, 12*(4), 367-381.

Becker, S. L. (1968). *The Prospect of Rhetoric.*

Barnlund, D. (1970). *Transactional Model of Communication. .*

Berlo, D. (1960). *The process of communication.* New York: Rinehart & Winston.

Shannon, C. (1948). A Mathematical Theory of Communication. . *Bell System Technical Journal.*, 379 – 423; 623 – 656.

Popescu, D., Pargaru, I., Popescu, C., & Mihai, D. (2015). A multidisciplinary approach of communication . *Theoretical and Applied Economics* , 65-76 .

Daylight, R. (2017). Saussure and the Model of Communication. *Semiotica*, 173-194.

Jakobson, R. (1988). *La Lingüística y la Poética.* Madrid: Cátedra.

Romeu, V. (2016). Acerca de la "incerteza" en el concepto de comunicación. *Comunicación y sociedad.*, 267-274.

Busse, P., & Godoy, S. (2016). Comunicación y salud. *Cuadernos info. Comunicación y medios en Iberoamérica*, 10-13.

Ibekwe-SanJuan, F., & Dousa, T. (2014). *Theories of information, communication and knowledge. A multidisciplinary approach .* Londres: Springer Science+Business.

Sierra, M. (2016). La Comunicación Corporativa: qué es y quién la hace. En *El desarrollo de la comunicación corporativa y su influencia en la creación de la identidad corporativa* (págs. 7-26). Madrid: Universidad Pontificia Comillas .

García, N., López, B., & Bedoya, A. (2015). La gestión de intangibles y la marca corporativa. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Tak Jie, C., & Mohd Hasan, N. (2015). THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES ON JOB SATISFACTION AND CORPORATE REPUTATION BASED ON EMPLOYEES' PERSPECTIVE. . *Global Media Journal.*

Wichels, S. (2014). Nuevos desafíos en Relaciones Públicas 2.0: La creciente influencia de las plataformas de online review en Turismo. *REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS, 4*(7), 197-216. Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/62901398.pdf

Molina, A., Roque, L., Garcés, B., Rojas, Y., Dulzaides, M., & Selín, M. (2015). El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social. *Medisur*, 481-493.

Castells, M., & Kumar, M. (2014). A Conversation with Manuel Castells. *Berkeley Planning Journal, 27*, 93-99. Obtenido de https://escholarship.org/uc/item/2ns059h3

Ayala P., T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 23-48.

García-Lavernia Gil, J. R. (2015). *El predominio de la levedad en la comunicación postmoderna.* Barcelona: Universitat Abat Oliba CEU.

Edelman. (2019). *Edelman Trust Barometer 2019.* Obtenido de https://www.edelman.com/research/edelman-trust-barometer-archive

Edelman . (2013). *Edelman Trust Barometer 2013.* Obtenido de https://www.edelman.com/research/2013-edelman-trust-barometer

Edelman. (2017). *Edelman Trust Barometer.* Obtenido de https://www.edelman.com/research/2017-edelman-trust-barometer

Edelman. (2016). *Edelman Trust Barometer 2016.* Obtenido de https://www.edelman.com/research/2016-edelman-trust-barometer

Edelman. (2015). *Edelman Trust Barometer 2015.* Obtenido de https://www.edelman.com/research/2015-edelman-trust-barometer

Edelman. (2014). *Edelman Trust Barometer 2014.* Obtenido de https://www.edelman.com/research/2014-edelman-trust-barometer

Edelman. (2018). *Edelman Trust Barometer 2018.* Obtenido de https://www.edelman.com/research/2018-edelman-trust-barometer

Castilla Esparcia, A., Fernández Torres, M., & Castillero Ostío, E. (2015). *Análisis de la gestión de Relaciones Públicas 2.0 por los clubes de fútbol.* Málaga: Universidad de Málaga.

Kemp, S. (2017). *Digital in 2017: Global Overview.We Are Social. .* Obtenido de https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview

Zeler Pighin, I. (2017). *Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América Latina.* Tarragona: Facultad de Letras Universitat Rovira i Virgili. Obtenido de https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hootsuite. (2019). *DIGITAL 2019: Essential Insights Into How People Arround The World Use The Internet, Social Media, Mobile And Ecommerce .* Obtenido de https://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2019/03/Digital-2019-WeAreSocial-y-HootSuite.pdf

Diehl, S. &., Mueller, B., Terlutter, R., & Weder, F. (2016). *Handbook of Integrated CSR Communication. .* Springer.

Capriotti, P., & Losada, J. (2018). Facebook as a dialogic communication tool at the most visited museums of the world. *EPI*, 642-650.

Cutlip, S., Center., A. H., & Broom, G. (1985). *Effective public relations.* Prentice-Hall.

Bernays, E. L. (1945). *Public Relations.* Bellman.

Martini, N. (1998). *rrppnet.* Obtenido de http://www.rrppnet.com.ar/defrrpp.htm

Black, S. (1996). *ABC de las relaciones públicas .* Gestión 2000.

Rios Szalay, J. (1990). *Relaciones P ÚBLICAS.* Trillas. Obtenido de https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_44022_Microsoft_Word_-_rrpp.pdf

López, M., Campos, F., López, P., & Rivas, F. (2018). *La Comunicación en la Nueva Sociedad Digital.* Mérida: El Portatítulo.

uphill GmbH. (2019). *FanpageKarma* . Obtenido de https://www.fanpagekarma.com/

Ecuavisa . (mayo de 2019). *Ecuavisa Facebook Profile*. Obtenido de https://www.facebook.com/ecuavisa/?ref=br_rs

Teleamazonas. (mayo de 2019). *Teleamazonas Ecuador Facebook Profile*. Obtenido de https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/

006. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA. CASO FERRETERÍA ESPINOZA S.A., GUAYAQUIL, AÑO 2019.

Autores:

Karina del Carmen Delgado Cortez.
Licenciada en Comunicación con énfasis en Relaciones Públicas.
karinadelgado2702@gmail.com

Andrea Carolina Salas Menéndez, Mgtr.
Máster en contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Docente investigador de la Facultad de Marketing y Comunicación en la Universidad Tecnológica ECOTEC.
asalas@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La comunicación es un elemento de vital importancia en una empresa que permite el logro de objetivos institucionales. Las relaciones públicas, enfocadas al público interno, son una herramienta que permite el sentido de pertinencia, motivación personal en el ámbito organizacional y clima laboral positivos y elevados.

A través de encuestas realizadas al personal de la empresa Ferretería Espinoza S.A. de la ciudad de Guayaquil en el año 2019, se destacó que el clima laboral es un aspecto que debe mejorar, que la implementación de un departamento de comunicación es significativo, la necesidad de una persona que se encargue de la comunicación y mejora del clima interno de la empresa y que su personal está predispuesto a recibir capacitaciones para mejora de clima laboral y competencias profesionales.

Por ello, es necesario la implementación de un plan estratégico de comunicación interna, en el que muestre una serie de pasos a trabajar con diferentes públicos internos, las ideas fuerza que permitirán la facilidad de empoderamiento del personal con la empresa y cómo evaluarlos constantemente.

Palabras claves: comunicación, comunicación interna, clima laboral, comunicación organizacional, relaciones públicas, público interno.

Abstract
Communication is an element of vital importance in a company that allows the achievement of institutional objectives. Public relations, focused on the internal public, is a tool that allows a sense of pertinence, personal motivation in the organizational environment and a positive and high work environment.

Through surveys conducted with the personnel of the company Ferretería Espinoza S.A. of the city of Guayaquil in 2019, summarizes that the work environment is an aspect that must be improved, that the implementation of a communication department is significant, the need for a person who is responsible for communication and improvement of the internal climate of the company and that its staff is predisposed to receive training to improve work environment and professional skills.

To achieve a sense of relevance and improve the working environment, it is necessary to implement a strategic internal communication plan, which shows a series of steps to work with different internal audiences, the strength ideas that will allow the empowerment of staff with the company and how to evaluate them constantly.

Key Words: communication, internal communication, working environment, organizational communication, public relations, internal public.

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna debe estar perfectamente alineada a los objetivos de la organización, que los empleados estén convencidos de la cultura organizacional y ellos se consideren un recurso esencial de la empresa ya que así permite un clima laboral positivo. Si una empresa no maneja relaciones públicas o aplica una de sus estrategias a lo largo de su ciclo de vida, podría desaparecer de la mente del consumidor, y más aún de un potencial cliente ya que nunca llegaría a ser una opción.

Resulta fundamental que, para garantizar una imagen o comunicación externa ideal, se debe tener al público interno o empleados de la organización motivados, empoderados y con un clima laboral eficaz y positivo para que sea un puente facilitador para un plan externo. Ferretería Espinoza S.A., está ubicada en la ciudad de Guayaquil y es una empresa familiar con vida institucional de 50 años. La nueva visión de sus directivos y sucesores, a diferencia de sus fundadores, reconocen la necesidad actual de mejorar la comunicación interna, clima laboral y adicionar un relacionista público o comunicador al equipo.

Por lo tanto, el propósito de esta investigación es demostrar la importancia de la comunicación interna en la empresa Ferretería Espinoza S. A. y la necesidad de una estrategia de comunicación liderada por un equipo o una persona especifica en el área de comunicación.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar estrategias para mejorar la comunicación interna en la empresa Ferretería Espinoza S.A en la ciudad de Guayaquil, en el año 2019.

Objetivos específicos

- Establecer los fundamentos teóricos en comunicación interna, clima laboral y empoderamiento de personal.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa referente al clima laboral y a los canales de comunicación que utiliza.
- Diseñar un plan de comunicación interna para mejorar el clima organizacional y la comunicación interna.

MARCO TEÓRICO

Cultura organizacional

El conocimiento de la cultura de una empresa se logra mediante su descripción, esta permite saber los factores comunes de un ambiente de trabajo considerando valores, desempeño de labores, la estructura operativa, normas, ideologías, historias o antecedentes, siendo estos factores influyentes en la comunicación interna.

Chiavenato menciona que la cultura organizacional sólo se percibe u observa a sí misma por medio de sus efectos y consecuencias, con la capacidad de reflejar la mentalidad que predomina en la organización. “Un iceberg, en la que en la parte superior que sale del agua sólo están los aspectos visibles o superficiales que se observan en la organización y que son consecuencia de su propia cultura” (Chiavenato, 2010, p. 84)

La cultura organizacional es dinámica. El ser humano al socializar aprende, internaliza sus experiencias diarias dentro de la empresa y, al aplicarla y vivirla se convierte en una exigencia que los directivos de una organización forman a través de la persuasión construyendo así un conocimiento colectivo entre los empleados.
El ser humano como un ser social necesita comunicarse y relacionarse con otros individuos con acciones como la cooperación, dependiendo de la dinámica a aplicar se determina el rendimiento del trabajador.

Clima laboral
La satisfacción, la estima y motivación en el trabajo, el conocimiento de la cultura organizacional, llevan al concepto de clima laboral.

> Si la cultura define las formas de comportamiento organizacional, el clima laboral está dado por las percepciones que los trabajadores tienen sobre este comportamiento y por cómo les afecta. Ambos términos se han utilizado indistintamente para describir aquellas percepciones asociadas al estado de ánimo de las personas dentro de una organización (Ramos y Tejera, 2017).

Como se menciona, el clima laboral está más posicionado a ser un aspecto subjetivo de las personas que conforman el cuerpo de una empresa, es decir, las percepciones de cada una de las personas sobre cómo la compañía maneja algo en específico, será la opinión que tengan sobre la empresa.

Comunicación interna y/o relaciones públicas internas
Instituto de Relaciones Públicas, como se citó en ABC de las Relaciones Públicas (1993) afirma: “El ejercicio de las Relaciones Públicas es el esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener la buena voluntad y la comprensión mutuas, entre una organización y su público”.

Las Relaciones Públicas son una parte integral y fundamental de casi todos los aspectos de una organización y su gestión. Ahora bien, las relaciones públicas que se considera para el presente trabajo es dirigido únicamente hacia su público interno, es por esto que, se consideran estrategias enfocadas a los empleados de la empresa Ferretería Espinoza S.A.

Los empleados de una empresa son los bienes más valiosos de la misma. Es por esto que es necesario proteger a los empleados y considerarlos valiosos recursos de la organización forzando así a que la empresa les proporcione las mejores condiciones posibles. Para que una

organización goce de una comunicación efectiva y veraz se necesita que la relación entre los propietarios o directivos y los empleados de la empresa sea completa.

Existen siete condiciones importantes para que haya armonía en el lugar de trabajo, detallándolas de la siguiente manera:

1. Una información completa y veraz que fluya libremente hacia arriba, hacia abajo y lateralmente.
2. Una confianza total entre el empresario y los trabajadores.
3. Unas condiciones de trabajo seguras y saludables.
4. Una remuneración justa y adecuada.
5. Continuidad de trabajo sin conflictos.
6. Que todos los empleados estén satisfechos de su trabajo durante la mayor parte del tiempo.
7. Estar orgullosos de la organización y sentir optimismo hacia su futuro (Black, 1993, p.153).

Plan estratégico de comunicación

Monserrat (2014) afirma: “Un Plan Estratégico de Comunicación es un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados” (p.19). La estructura de un Plan Estratégico de Comunicación (PEC) debe ser capaz de adaptarse a cada empresa. La comunicación y el buen uso de la misma es un factor de gran importancia para las empresas. La comunicación debe ser concisa, precisa y adecuada para el público al que se desea alcanzar. Un plan estratégico comunicacional se constituye de pasos para la correcta identificación y solución de problemas, entre ellos está:

- Análisis de la situación interna (antecedentes de la empresa).
- Diagnóstico (análisis FODA).
- Identificación de los objetivos de la organización (enfoque comunicacional).
- Selección de las estrategias a usar para el plan estratégico de comunicación interna (objetivos).
- Definición de las tácticas (acciones).

Ideas fuerza

Burgué, Díaz y Pato (2010) denomina idea fuerza “Lo que constituye la esencia de un mensaje. Suele estar compuesta por unas pocas palabras con un fuerte carácter simbólico y que reflejan, por sí solas, un significado completo”. Los mismos autores explican en su libro “Comunicación sostenible” como debe ser una “idea fuerza”:

- Breve: Tiene que poder ser presentada con pocas palabras.
- Sencilla: La sencillez en el vocabulario o en la forma de expresión no está reñida con la capacidad de impacto o influencia. Pero teniendo en cuenta que, a veces, se quiere resumir tanto el mensaje, que la síntesis no facilita su compresión.
- Memorable: Ha de ser algo que quede grabado en la mente de los interlocutores. Ha de ser algo fácil de recordar. De ahí que muchas sean construidas a modo de lema.

- Inequívoca: No puede dar lugar a diversas interpretaciones. Su construcción debe permitir que los interlocutores entiendan lo mismo, porque si no es así, realizar la síntesis no habrá merecido la pena.
- Construida con palabras simbólicas: Son aquellas que tienen un poderoso significado por sí mismas evocando emociones (alegría, tristeza, etc.)

MARCO METODOLÓGICO

Es una investigación cualitativa, explicativa, seccional. Explicativa porque se analizó el comportamiento de la comunicación interna y sus efectos sobre el clima laboral. Seccional porque se recoge información del objeto de estudio en una oportunidad única aplicando la técnica de la encuesta.

Encuestas

> La encuesta de clima laboral implica en conocer las opiniones de trabajadores de una empresa; en algunas ocasiones los jefes de departamentos o gerentes de un negocio aplican estas encuestas para así tomar en cuenta como se sienten sus empleados con los puestos de trabajo que manejan cada día.
> Así mismo, no a todos les agrada realizarlo ya que los directores observan las reacciones de los trabajadores para con ellos, pero si se analiza de manera objetiva se determinarán los beneficios ya que consideran como ven ellos la organización a la que se habitúan cada día o que ámbitos se deben mejorar, convirtiendo la empresa en un lugar fenomenal (Riquelme, 2016).

Casas (2003) afirma: “La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz” (p.1). La importancia de realizar encuestas en tesis y en cualquier aspecto investigativo, recalcan lo concreto y fidedigno de sus resultados.
La encuesta fue enviada por medio del correo institucional de la empresa Ferretería Espinoza S.A (@ferreteriaespinoza.com) para conocer el clima laboral que vive cada integrante de la empresa y quienes no contaban con correo institucional, fueron llamados a una sala donde podían responderla a través de una computadora proporcionada por la empresa. El formato del cuestionario de la encuesta se puede visualizar en el Anexo N°1 diseñado específicamente para obtener información necesaria para las estadísticas y saber cómo se sienten los empleados de Ferretería Espinoza S.A.

$$n = \frac{P * Q * Z^2 * N}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Gráfico SEQ Gráfico * ARABIC 1: *Fórmula para muestra (Balestrini, 1999).* ***Fuente:*** *Elaboración propia.*

INGRESO DE DATOS		
Tamaño de la Población (N)	**250**	**152 Encuestas**
Error Muestral (E)	**0.05 (5%)**	
Probabilidad de Éxito (P)	**0.5**	
Probabilidad de Fracaso (Q)	**0.5**	
Valor para Confianza (Z)	**1.65 (95%)**	

Tabla 1**:** *Cálculo de muestra*
Fuente: *Elaboración propia*
Nota: *Tomada de Balestrini, (1999)*

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

1. **Seleccione:**

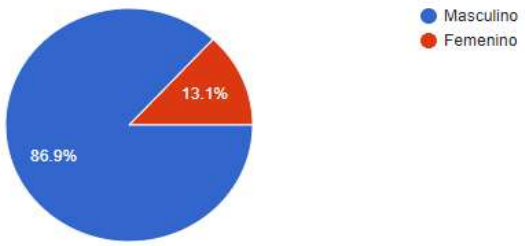


Gráfico 2: Pregunta n°1 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°1, el porcentaje mayor recae en el 86.9% correspondiendo al personal masculino frente a un 13.1% de personal femenino de la empresa Ferretería Espinoza S.A. Este resultado no influirá en el resultado final o en la selección de estrategias de comunicación.

2. Edad:

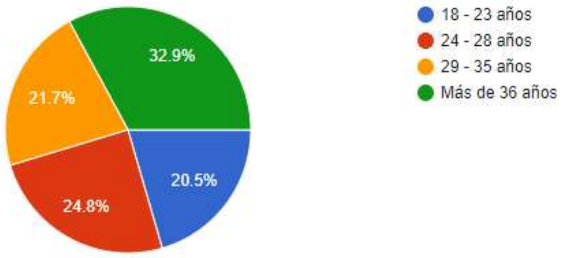


Gráfico 3: Pregunta n°2 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°2, el porcentaje mayor recae en 32.9% correspondiendo al personal que cursa una edad mayor a 36 años. Con un 24.8% es siendo el segundo porcentaje mayor corresponde a empleados que cursan la edad entre 24 a 28 años. Un 21.7% corresponde a personal entre 29 y 35 años de edad. Y, por último, 20.5% recae en empleados de entre 18 y 23 años de edad. Este resultado será tomado en consideración para el diseño del plan estratégico de comunicación interna.

3. ¿Cuánto tiempo tiene laborando en Ferretería Espinoza S.A.?

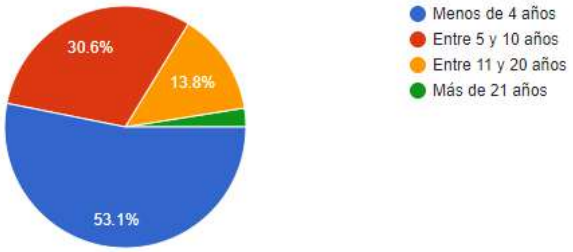


Gráfico 4: Pregunta n°3 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°3, el porcentaje mayor corresponde al 53.1% de personal que tiene menos de 4 años en la empresa. El siguiente porcentaje mayor corresponde al 30.6% que corresponde al personal que tiene entre 5 y 10 años laborando en la empresa. Con un 13.8% indica el personal que tiene entre 11 y 20 años en la empresa. Y, por último, un 2.5% corresponde al personal que tiene más de 21 años laborando en Ferretería Espinoza S.A. y se muestran fiel a la empresa. Este resultado será considerado en la elección de estrategias de comunicación interna, se busca empoderar y crear sentido de pertenencia en la empresa con los empleados y más aún si son empleados nuevos.

4. **¿Conoce usted la misión y visión de la Ferretería Espinoza S.A.?**

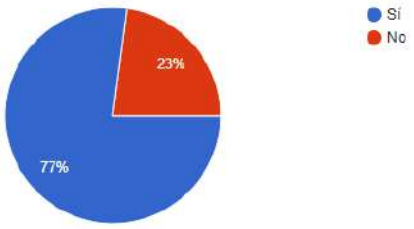


Gráfico 5: Pregunta n°4 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°4, el 77% de los empleados de Ferretería Espinoza S.A. sí conocen la misión y visión. Mientras que el 23% corresponde a los empleados que no conocen del mismo. Se encontró aquí un punto considerable para determinar falta de comunicación.

5. **¿Usa usted el correo electrónico proporcionado por la empresa? (@ferreteriaespinoza.com)**

Gráfico 6: Pregunta n°5 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°5, el porcentaje mayor corresponde al 60.2% de empleados que sí usan el correo electrónico institucional. El siguiente porcentaje corresponde al 28.6% (46 personas) que no utilizan el correo electrónico institucional. Por otro lado, tenemos un 6.2% (sección color amarillo) señalando que hay 10 empleados que usan el correo electrónico de vez en cuando. Y, por último, 5% del personal no dispone de correo electrónico institucional. Esta información es considerada importante para la selección de estrategias de comunicación interna. A través de las entrevistas, se determinó que el personal debe utilizar de mejor manera la plataforma, además, los empleados muestran interés de recibir correos institucionales con información importante. Se pretende motivar al 28.6% de los empleados que respondieron la encuesta a usar el correo electrónico.

6. **Le gustaría recibir correos electrónicos con información pertinente a la empresa como: ¿calendario semanal de actividades (recordatorios), disposiciones del Estado ecuatoriano (feriados), entre otros?**

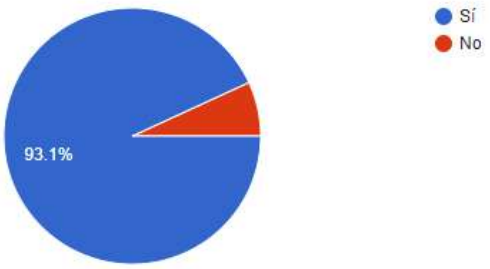


Gráfico 7: Pregunta n°6 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°6, el porcentaje mayor corresponde al 93.1% del personal que le gustaría recibir correos electrónicos con información de la empresa. Y, por otro lado, un 6.9% corresponde al personal que no le gustaría o no están interesados en recibir correos electrónicos con tal información. Esta información servirá para la elección de estrategias de comunicación interna ya que, consta que la gran mayoría de empleados de la empresa les gustaría recibir este tipo de información a sus correos electrónicos u otros medios o plataformas de comunicación tanto para personal administrativo como operativo.

7. **¿Le gustaría recibir correos electrónicos como recordatorios de cumpleaños de quienes conforman Ferretería Espinoza S.A.?**

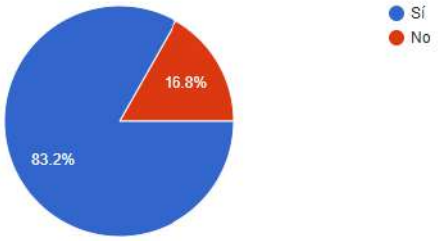


Gráfico 8: Pregunta n°7 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°7, el porcentaje mayor corresponde al 83.2% del personal que le gustaría recibir correos electrónicos con recordatorios de cumpleaños de quienes conforman la empresa. Y un porcentaje menor del 16.8% del personal que no les gustaría o no están interesados. Esta información se la considera importante, visto que, incide en el clima laboral de la empresa, una celebración o recordatorio de cumpleaños siempre generará en el personal sentido de consideración de los directivos de la empresa hacia ellos, tomando este resultado como parte del clima laboral.

8. **¿Cómo considera usted el clima laboral en el departamento del cual es parte?**

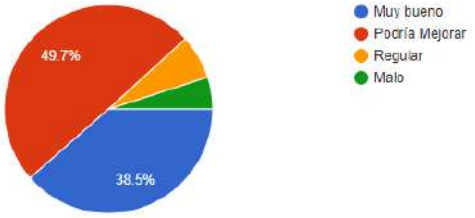


Gráfico 9: Pregunta n°8 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°8, el porcentaje mayor es 49.7% y corresponde al personal que considera que podría mejorar el clima laboral en el departamento del cual es parte. El siguiente porcentaje corresponde al 38.5% e indica que el clima laboral es muy bueno. Con un 6.8% (sección color amarillo) indica que el clima laboral es regular. Y, por último, un 5% indicando que el clima laboral es malo. Estos resultados afirman que el clima laboral es un punto considerable a mejorar, este trabajo o mejoramiento del clima laboral es parte de las estrategias de comunicación interna que se busca aplicar para la empresa.

9. **¿Cómo considera usted que se maneja la comunicación interna entre los departamentos y directivos?**

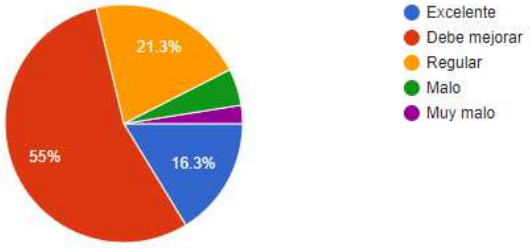


Gráfico 10: pregunta n°9 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°9, el mayor porcentaje corresponde al 55% en el que indica que la comunicación interna entre departamentos y directivos debe mejorar. El siguiente porcentaje corresponde al 21.3% en el que indica que es regular. Un 16.3% señala que la comunicación interna es excelente. Con un menor porcentaje del 5% (sección verde) que la comunicación es mala. Y, por último, un 2.5% (sección púrpura) indica que la comunicación interna es muy mala.

Esta información es considerada vital, debido al planteamiento de un plan estratégico en comunicación interna para que la comunicación, principalmente, sea corregida y los empleados puedan ver los cambios que busca la empresa para mejorarlo, y de la mano el clima laboral, visto que, sin un ambiente laboral positivo, no habrá comunicación.

10. ¿Le gustaría que un profesional en comunicación organizacional realice capacitaciones para mejorar el clima laboral?

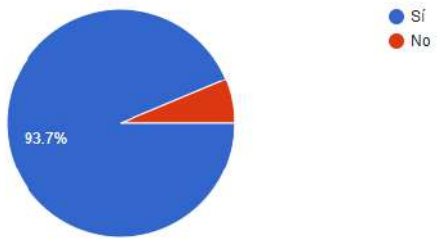


Gráfico 11: pregunta n°10 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°10, un 93.7% indica que a los empleados les gustaría que un profesional de comunicación realice capacitaciones para mejorar el clima laboral. Mientras que, un 6.3% de los empleados consideran que no les interesa o no es necesario. Este resultado permite saber que los empleados consideran importante tener a un profesional de comunicación interna en la empresa de manera constante más no solo cuando hay una falla comunicacional entre departamentos.

11. ¿Le gustaría realizar actividades para mejora del clima laboral de manera constante (semanal)?

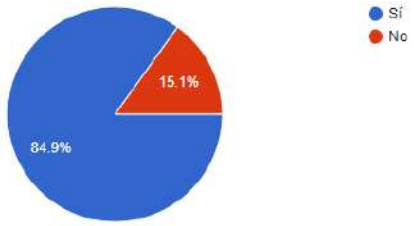


Gráfico 12: Pregunta n°11 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°11, el 84.9% de los empleados les gustaría que se realicen actividades para la mejora del clima laboral. Por otro lado, el 15.1% considera que no les gustaría o no les interesa. Este resultado asegura que los empleados reconocen que el clima laboral debe mejorar y que están dispuestos a ser ejes de cambio, mediante las actividades que se propone, a mejorar su ambiente laboral.

12. ¿Le gustaría que la empresa brinde a su personal capacitaciones y conferencia para desarrollo y mejora de competencias profesionales?

Gráfico 13: Pregunta n°12 de la encuesta. Elaboración: Autora.

Como se puede apreciar en el gráfico N°12, el 98.8% de los empleados les gustaría que la empresa brinde capacitaciones y conferencias para el desarrollo y mejora de competencias profesionales. Mientras que, el 1.2% de los empleados consideran que no les gustaría este tipo de actividades en la organización. Esta información es sustancial, permite ver que el personal busca crecimiento profesional, busca sentirse capaz y completo en el aspecto laboral. Realizar conferencias de mejora para que amplíen conocimientos permite a los empleados sentirse considerados por la directiva de la empresa. Mientras que, el 1.2% envía un mensaje claro de desaprobación a una actividad que suma a su perfil profesional, se puede considerar como personas que viven un clima laboral negativo, es por esto que, el plan de comunicación interna pretende ser parte de la empresa para mejorar de forma comunicacional y al ambiente laboral.

PROPUESTA

Plan estratégico de comunicación interna

Público objetivo

- Todos los colaboradores.
- Jefes de áreas.
- Colaboradores Administrativos.
- Colaboradores operativos.

Ideas fuerza

- “Todos somos FESA”
- “Somos el mejor equipo”
- “Soy referente de comunicación”
- “Trabajamos por alcanzar nuestras metas”
- “Soy importante para la empresa” “Soy el recurso más importante de la empresa”.

Despliegue del plan estratégico

Tabla 14: Despliegue de plan estratégico para todos los colaboradores de la empresa

Objetivo	Público Objetivo	Ideas fuerza	Tono y Estilo	Táctica / Acción	Indicador	Recursos	Responsable
Establecer vías de comunicación efectivas para conectar a todos los colaboradores de la organización.	Todos los colaboradores.	"Todos somos FESA". "Trabajamos para alcanzar nuestras metas".	Firme, convincente y emotivo.	Elección de canales efectivos de información. Diseño de circulación interna efectiva de información a través del correo electrónico institucional a través de capacitaciones.	Resultados de medición mensual de los medios propuestos. Expectativas vs realidad a través de diagnósticos.	Carteleras/afiches informativos. Informe mensual y anual de gestión. Mailing.[1] Informativos en mesa de comedor. Reuniones periódicas.	Encargado de comunicación y departamento de Talento Humano.

Fuente: Elaboración propia.

[1] Mailing o también conocido e-mail marketing es un método del marketing directo que consiste en enviar a clientes actuales o potenciales correos electrónicos con las novedades de la empresa, información, promociones o descuentos con el objetivo de mejorar la relación comerciante-cliente, fidelizar y estimular las ventas. (MisterBox, 2014)

Tabla 15: Despliegue de plan estratégico para jefes de área

Objetivo	Público Objetivo	Ideas fuerza	Tono y Estilo	Táctica / Acción	Indicador	Recursos	Responsable
Empoderar a los jefes de cada departamento para ser referentes de comunicación efectiva para que sean ejemplo a los demás colaboradores.	Jefes de área.	"Todos somos FESA". "Trabajamos para alcanzar nuestras metas". "Somos el mejor equipo". "Soy referente de comunicación".	Firme y convincente.	Programa de capacitación a los jefes de área sobre ser referentes de comunicación, ser voz y escucha de su personal al mando y directivos y práctica de liderazgo. ---------- Formalizar el Directorio que deberá ser mensual. (Intervienen: Presidente, Vicepresidente, Gerente General, Gerente Financiero, Jefe de Talento Humano y Director de comunicación).	Creación del equipo y generación del plan de acciones. Expectativas vs realidad a través de diagnósticos.	Informe mensual y anual de gestión. Mailing. Reuniones.	Encargado de comunicación y departamento de Talento Humano.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: Despliegue del plan estratégico para colaboradores administrativos

Objetivo	Público Objetivo	Idea fuerza	Tono y Estilo	Táctica / Acción	Indicador	Recursos	Responsable
Convencer a los colaboradores administrativos de que son representantes de la marca Ferretería Espinoza S.A. a través de reuniones semanales donde se brinde espacio para señalar inconvenientes o mejoras en la empresa.	Colaboradores administrativos.	"Soy referente de comunica-ción". "Trabaja-mos por alcanzar nuestras metas".	Firme y convincen-te.	Resumen electrónico (correos electrónicos) de principales noticias semanalmente: sobre procesos internos, logros, resultado de medición, próximos eventos. (tiene un estilo informativo, tipo noticioso). Resumen de principales noticias semanalmente a través correos electrónicos (en caso de aprobación de la directiva) o por medio de WhatsApp institucional. Utilizar el fondo de las pantallas de las computadoras para la colocación de la filosofía de la empresa. Reuniones semanales (cada lunes) para señalamiento de objetivos semanales y *focus groups* para atención de solicitudes o quejas.	Expectati-vas vs realidad a través de diagnósti-cos.	Diagnóstico/informe mensual. Fondos de computado-ra (cambio mensual).	Encargado de comunicación y departamento de Talento Humano.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17: Despliegue de plan estratégico para colaboradores operativos

Objetivo	**Público Objetivo**	**Idea fuerza**	**Tono y Estilo**	**Táctica / Acción**	**Indicador**	**Recursos**	**Responsable**
Convencer a los colaboradores operativos de que son el recurso más valioso de la empresa ya que tienen contacto directo con el cliente.	Colaboradores operativos.	"Todos somos FESA". "Trabajamos por alcanzar nuestras metas". "Soy importante para la empresa".	Firme y convincen-te.	Resumen de principales noticias semanalmente a través correos electrónicos (en caso de aprobación de la directiva) o por medio de WhatsApp institucional. Resumen electrónico (correos electrónicos) de principales noticias semanalmente: sobre procesos internos, logros, resultado de medición, próximos eventos. (tiene un estilo informativo, tipo noticioso). Reuniones quimestrales entre personal operativo y directivos para escucha de quejas y mejoras de la empresa/local. Reuniones semanales (cada lunes) para definición de objetivos de la semana y focus group para atención de solicitudes.	Expectativas vs realidad a través de diagnósticos.	Diagnóstico/ informe mensual. Implementa-ción de plataforma para comunica-ción masiva.	Encargado de comunicación y departamento de Talento Humano.

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIÓN

Ferretería Espinoza S.A. es una empresa que tiene un personal capaz pero desmotivado, con ánimo de mejora del clima laboral como se detalla en las encuestas realizadas. Se considera que las estrategias comunicacionales pueden ayudar al clima laboral y la comunicación interna entre departamentos y directivos.

La implementación de un plan estratégico de comunicación interna para la empresa, la adquisición de información sobre los empleados ya sean realidades, opiniones o quejas ayudarán al desarrollo de éste para que su ambiente laboral y comunicación entre departamentos sean efectivos. El sentido de pertenencia se debe considerar un objetivo actual de Ferretería Espinoza S.A., todo aplicado de manera correcta generará el impacto buscado.

Sin duda, con el público interno de la compañía ganado, se abrirá paso para la aplicación de estrategias de comunicación externa con más responsabilidad, ya que no se puede exteriorizar una realidad falsa de una empresa. Primero se debe tener al público interno del lado de la empresa para que sean ejes principales para la comunicación externa de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

Black, S. (1993). ABC de las Relaciones Públicas. Título original: The essentials of Public Relations. Londres, Reino Unido: Kogan Page Publishers Ltd. Para la edición en lengua castellana. Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000 S.A (1994).

Burgué, P. Díaz, Á. Pato, P. Comunicación Sostenible. Recuperado de: https://bit.ly/2FggIqm Recuperado en la fecha: 13 de junio de 2019

Calvo, J. (2014). Cómo hacer comunicación interna en una pyme. Recuperado de:https://search.proquest.com/docview/1625040666/4A0BDC4918E8413CPQ/5?accountid=130858 (18 de junio de 2019).

Casas, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. Recuperado de: https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf (13 de junio de 2019).

Chiavenato, I. (2010). Innovaciones de la administración. Tendencias y estrategias, los nuevos paradigmas. México, D.F: McGraw-Hill.

Guijarro, M. (2016). Cómo elaborar un plan de comunicación en 9 pasos. Recuperado de: https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/ (10 de julio de 2019).

Monserrat, J. (2014). Cómo elaborar un plan estratégico de comunicación. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante. Recuperado de: http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/43380#vpreview (18 de mayo de 2019).

Public Relations Society of America (Abril, 2012) Public Relations Defined: A Modern Definition for The New Era of Public Relations. Recuperado de: http://prdefinition.prsa.org/index.php/2012/04/11/the-modern-definition-of-public-relations/ (10 de abril de 2019).

Ramos, V., Tejera, E. (2017). Study of the relationship between culture, climate and labour force in Ecuador. Recuperado de: https://search.proquest.com/docview/2013643377/604D94AA58234CEAPQ/2?accountid=130858 (18 de mayo de 2019).

Riquelme, M. (2016). Encuesta: ¿Qué es y cómo hacerla? Lugar de publicación: Web y empresas. Recuperado de: https://www.webyempresas.com/encuesta-que-es-y-como-hacerla/ (31 de mayo de 2019).

007. EL ROL DE NETFLIX EN LA CULTURA DE ENTRETENIMIENTO AUDIOVISUAL DE LAS FAMILIAS ECUATORIANAS

Netflix's role in the audiovisual entertainment culture of Ecuadorian families

---

FUENTES, Shirley L. Lcda. estudiante de Comunicación Estratégica en la Universidad ECOTEC (Ecuador) (shfuentes@mgs.ecotec.edu.ec)

VÉLEZ, Jorge E. Mgs. estudiante de Comunicación Estratégica en la Universidad ECOTEC (Ecuador) (jorvelez@mgs.ecotec.edu.ec)

RESUMEN

Netflix es el principal servicio de entretenimiento por internet en el mundo, contando con más de 150 millones de suscriptores en todo el mundo que tienen acceso a series de televisión y películas en una variedad de géneros e idiomas para todos los miembros de las familias pero con fuerte presencia en Latinoamérica. En este artículo se propone analizar el impacto de Netflix como nueva experiencia de entretenimiento en las familias ecuatorianas frente al tradicional entretenimiento del hogar por televisión ó cable. Para lograr este propósito se realizará una revisión bibliográfica y documental sobre algunos contenidos Latinoamericanos de mayor visualización mediática con el objetivo de esta revisión investigativa fue contribuir al conocimiento del proceso comunicativo en la cultura de entretenimiento audiovisual de las familias ecuatorianas mediante las nuevas tecnologías. Las hipótesis son: los contenidos exclusivos de Netflix generan cambios en el consumo audiovisual de la plataforma digital de las familias; los contenidos exclusivos son utilizados en la difusión y el diálogo con la audiencia ecuatoriana en mínimo como nueva forma de ver televisión. Las cuales fueron sometidas a un análisis de validación comparativa de la información encontrada a través de dos elementos básicos: nueva experiencia de consumo audiovisual en las familias ecuatorianas y nuevo modelo de entretenimiento para la televisión generando conclusiones oportunas para el desarrollo audiovisual.

Palabras claves: Netflix ; audiovisual; comunicación; tecnología

ABSTRACT

Netflix is the leading internet entertainment service in the world, with more than 150 million subscribers worldwide who have access to television series and movies in a variety of genres and languages for all family members but with Strong presence in Latin America. This article aims to analyze the impact of Netflix as a new entertainment experience in Ecuadorian families compared to traditional home entertainment on television or cable. To achieve this purpose, a bibliographic and documentary review of some Latin American content of greater media visualization will be carried out with the objective of this investigative review was to contribute to the knowledge of the communicative process in the culture of audiovisual entertainment of Ecuadorian families through new technologies. The hypotheses are: Netflix exclusive content

generates changes in the audiovisual consumption of the families' digital platform; Exclusive content is used in the dissemination and dialogue with the Ecuadorian audience at a minimum as a new way of watching television. Which were subjected to an analysis of comparative validation of the information found through two basic elements: new experience of audiovisual consumption in Ecuadorian families and new entertainment model for television generating timely conclusions for audiovisual development.

Key words: Netflix; audiovisual; communication; technology

INTRODUCCIÓN

Netflix ha revolucionado la plataforma de televisión en línea a través de Streaming[2], es una de las más populares a nivel mundial y local. Y con el aumento de servicio de internet de banda ancha y mejora del internet móvil ha permitido que cada día más personas se suscriban a este tipo de servicios, por la facilidad de suscripción y conexión.

Es así como en Ecuador según diario El Universo (2018), miles de usuarios dejan el servicio de televisión pagada y prefieren quedarse con el de internet fijo más el contrato con plataformas como Netflix, Disney+, Apple tv entre otras para observar películas, series, y documentales, siendo el camino que siguen cada vez, más familias en el Ecuador. Sin embargo autores como Siri (2016) afirman que este tipo de servicios no existen de forma aislada, sino como un elemento de un ecosistema donde mantiene relaciones de competencia, de dependencia y/o de colaboración con otros actores de la industria, tanto tradicionales como "nuevos".

La popularidad de Netflix no solo se ha traducido en una adopción masiva del servicio. También ha sido el principal impulsor de un nuevo concepto de entretenimiento audiovisual por eso este artículo se propone analizar el impacto de Netflix como nueva experiencia de entretenimiento en las familias ecuatorianas frente al tradicional entretenimiento del hogar ecuatoriano por televisión ó cable. Para lograr este propósito se realizará una revisión bibliográfica y documental sobre algunos contenidos Latinoamericanos de mayor visualización mediática de la triple A del servicio que Netflix ofrece (accesible, asequible y atractivo) en torno a unos elementos clave, que se construyen y detectan en la mayoría de los usuarios de esta nueva cultura de consumo en dispositivos conectados al streaming.

Todo lo anterior con el fin de contestar las siguientes interrogantes de investigación: ¿Qué impacto tienen los contenidos exclusivos de Netflix que generan cambios en el consumo audiovisual de las familias?, ¿Cuáles son los retos y desafíos de los contenidos exclusivos que son utilizados en la difusión de entretenimiento como nueva forma de ver televisión en el modelo familiar ecuatoriano?.

Comenzará de la hipótesis de que Netflix ha conquistado la industria audiovisual con dos ejes importantes:

1. Nueva experiencia de consumo audiovisual en las familias ecuatorianas.
2. Nuevo modelo de entretenimiento para la televisión.

[2] Streaming.' es un término que hace referencia al hecho de escuchar música o ver vídeos sin necesidad de descargarlos completos antes de que los escuches o veas. Esto se logra mediante fragmentos enviados secuencialmente a través de la Internet. (Castro, 2018)

METODOLOGÍA FAMILIAR EN NETFLIX

Cada generación experimenta su época tecnológica desde los analfabetos y nativos digitales hasta ver novelas en Netflix las veces que sean necesarias generando a su vez un momento de historia en el mundo de la revolución audiovisual.

Años atrás para ver películas en la comodidad del hogar con la familia era necesario esperar mucho tiempo para que la televisión por cable las transmitiera ó ir al cine en los días de estrenos con largas filas de fanáticos, pero para solucionar esta problemática se solía comprar o alquilar un VHS o DVD. Hoy en día, el VHS no existe y son pocas las familias que consumen DVD o van en grupo al cine, esto se debe a la aparición de nuevas tecnologías y la revolución del internet, que se generó hasta como un servicio básico para las personas, desde el más joven al más adulto de las familias porque proporciona entre otras cosas, una amplia cantidad de contenidos audiovisuales.

Los llamados grandes estudios de Hollywood en Norte América, que tradicionalmente exportaban como modelo de negocio películas y series hasta el contiene Latinoamericano y en este caso Ecuador han sido desplazados. El modelo de comunicación en Internet específicamente el audiovisual juega un rol importante en las culturas familiares con una nueva posición de dominio por parte de las plataformas de distribución online de contenidos, que proponen fórmulas enfocadas hacia la satisfacción de los miembros de las familias por ejemplo YouTube, Netflix, Apple Tv o Amazon Prime Video quienes vía la plataforma de streaming compiten la atención de las audiencias con sus contenidos exclusivos en Norte América, Latinoamérica y el resto del mundo.

El auge de Netflix y otras plataformas de contenido digital cambió definitivamente los hábitos de consumo en las familias latinoamericanas y especialmente en gran parte de las ecuatorianas. Se evidencia que se acabó la hegemonía de la TV pagada ó por cable como la conocimos estos últimos años en Ecuador, podría decirse que el Televisor (centro de atención de los hogares), como dispositivo para reproducir los contenidos audiovisuales dejó de ser el rey del hogar y hasta se podría evidenciar que los contenidos de los mega productores internacionales ya no son de interés del consumidor tipo básico.

Pero a pesar de todo, de los importantes cambios de ciertos hábitos y de la tendencia en las culturas de entretenimiento audiovisual que tenemos las familias de generalizar a partir de casos cercanos que nos tocan, aún no ha llegado el fin de la televisión, sino que está en constante evolución. Estas nuevas plataformas saltan al frente de batalla a dar pelea al televisor, pero aún la preferencia de los miembros de las familias de contenidos audiovisuales pasa por disfrutar de las ventajas de las pantallas grandes y HD (high definition: es decir, a la alta definición).

Estas tendencias conviven para ofrecer a los consumidores de contenidos audiovisual que pueden hasta descargar contenido para verlo fuera de línea para mayor comodidad del suscriptor. Por eso el éxito de Netflix radica en que una vez el usuario se suscribe a la plataforma puede descargarlo en su celular o computadora para verlo en línea, durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Todos los hábitos de consumo a través del móvil, de los servicios en la nube y toda la revolución tecnológica que se ha dado ha hecho que Neflix haya desarrollado su modelo de negocio como una nueva oportunidad de hábito de consumo en los miembros de las familias; Igualmente, tiene la oportunidad de disfrutar de series de televisión exclusivas, ya que tienen contenido propio.

Se considera que casi el 60% del mercado de Netflix está en Latinoamérica, en donde México es su principal usuario, seguido por Brasil y Argentina. El objetivo de esta revisión descriptiva transversal de investigación fue contribuir al conocimiento del proceso comunicativo de Netflix en la cultura de entretenimiento audiovisual de las familias ecuatorianas mediante las nuevas tecnologías. Las hipótesis son: 1) los contenidos exclusivos de Netflix generan cambios en el consumo audiovisual en la plataforma digital de las familias, 2) los contenidos exclusivos son utilizados en la difusión y el diálogo con la audiencia familiar ecuatoriana en mínimo como nueva forma de ver televisión.

En Netflix se están haciendo buenas producciones de mejor calidad dando mucho trabajo con proyección Latinoamericana esto tiene mucha importancia en el consumo de televisión porque las barreras del idioma se anula en la actualidad por ejemplo el idioma español es el tercer idioma del mundo y en Latinoamericana el consumo del servicio de streaming que les permite a sus clientes ver una gran variedad de series, películas y documentales galardonados en miles de dispositivos con conexión a internet es una nueva forma de cultura de entretenimiento en familia. En Netflix, se puede disfrutar de contenido audiovisual de manera ilimitada sin tener que ver ni una sola publicidad invirtiendo millones de dólares, pero esos riesgos pueden hacer lo que deseen, aunque con una gran amenaza es la estabilización de Netflix porque necesitaran cantidades de estándares de series para estrenar y complacer a su audienciaa nivel mundial.

En la actualidad la serie Bolívar es ha covertido en tendencia de los hogares latinoamericanos por los personajes y su contexto histórico para el continente. En congruencia con lo planteado y en aras de contrastar, analizar y comprobar la hipótesis del artículo, se busca entonces verificar la información encontrada a través de dos elementos básicos: nueva experiencia de consumo audiovisual en las familias ecuatorianas y nuevo modelo de entretenimiento para la televisión en la plataforma de streaming en Netflix con varios capítulos de las series escogidas por 35 familias consultadas.

Cultura moderna de televisión en Ecuador

Con una presencia que supera los 190 países, Netflix es el principal servicio de entretenimiento por internet en el mundo. Cuenta con más de 150 millones de suscriptores que tienen acceso a series de TV, documentales y películas en una variedad de géneros e idiomas para todos los miembros de las familias. El aumento de precios del servicio de la plataforma en los Estados Unidos y en varios mercados de América Latina y el Caribe donde la facturación se realiza en dólares estadounidenses, incluyendo Ecuador. La última vez que Netflix incrementó sus precios en Ecuador fue en el 2015.

De vez en cuando, los planes y precios de Netflix son ajustados para poder agregar más series y películas exclusivas, desarrollar nuevas funcionalidades en la plataforma y encontrar nuevas formas de mejorar la experiencia en general. Ecuador fue uno de los países de Latinoamérica donde existieron cambios en los planes de contratación del servicio de la plataforma de streaming en Netlfix, pero estos serán en dos de los tres planes que ofrece la plataforma.

Con respecto a los precios de los planes a los que los usuarios se suscribieron en el 2019, los representantes de Netflix en Ecuador determinaron que el plan de una pantalla se mantuvo sin cambios y cuesta USD 7,99. Sin embargo, los planes cuyo precio se vieron alterados son: el de dos pantallas que pasó de USD 9,99 a USD 10,99, y el de cuatro pantallas que antes costaba USD 11,99 y ahora es de USD 13,99. El incremento de precios fue con efecto para nuevos clientes y para las personas que estaban suscritas al servicio.

En el portal web de Netflix se puede ver la lista de precios actualizada para los suscriptores que quieren abrir una nueva cuenta. La plataforma de streaming tiene un éxito significativo con la producción de series originales para el consumo de los miembros de las familias como ‘Stranger Things’, ‘Bolívar’, ‘Narcos’, ‘La Casa De Las Flores’, ‘Luis Miguel’; ‘Diablero’, ‘Frontera Verde’, 'The Crown’ y ‘Orange Is The New Black’, o más recientemente la película del mexicano Alfonso Cuarón llamada 'Roma’, fue galardonada con los Globos de Oro en las categorías de mejor película extranjera y mejor director en este 2019.

La serie recordada “Club de cuervos”, fue la primera en español producida por la plataforma Netflix y que narra las peripecias de una familia propietaria de un equipo de fútbol, llega a su fin tras cuatro temporadas que consiguieron impulsar otras producciones en Latinoamérica. El mayor éxito del programa es haber sido un gran impulso para que la famosa plataforma de streaming produjera contenidos sobre otras culturas. A diferencia de los grandes estrenos en los canales de cable pagado que tienen poca acogida y expectativa.

Otra revisión de las series en la plataforma es 'Nosotros los nobles', considerada una de las producciones más taquilleras en la cinematografía mexicana de la última década. La serie, en la que también actúan Mariana Treviño, Daniel Giménez Cacho y Jesús Zavala, reconocidos actores latinoamericanos, retrata el conflicto de poder de la familia Iglesias por el control del equipo de fútbol Los Cuervos de Nuevo Toledo. Tras el éxito del programa, Netflix apostó por otras series habladas en español como 'Narcos', 'Ingobernable' y 'La casa de las flores'. Sin embargo, se reviso que 'Club de Cuervos' fue pionero en “revolucionar” la forma de hacer y ver televisión en México y Latinoamérica, cuya industria de entretenimiento fue acaparada durante décadas por las telenovelas mexicanas y venezolanas. Esta producción audiovisual fue un experimento muy ambicioso, con un formato estadounidense hablado en otro idioma, y cuyo éxito hizo que ahora se produzcan series en idioma español en todo el mundo. Se reviso que muchas producciones se acercan a la línea de producción en Estados Unidos, de Hollywood, están muy influenciados por la industria estadounidense sin embargo existe una película como 'Roma' con una historia de una trabajadora doméstica mexicana que tiene el enfoque de contar historias latinoamericanas que acerquen a las audiencias.

Según la revisión de la plataforma Netflix de sus producciones más recomendadas en este último semestre la serie Bolívar aborda el aspecto humano- según se puede ver en la Tabla 1-, fue filmada en más de 300 locaciones naturales de Colombia y la ciudad española de Toledo. Siendo está serie una de las producciones más ambiciosas de Caracol Televisión de Colombia, para una plataforma internacional como Netflix.

La importancia de la serie del papel de Manuelita Sáenz en la actriz ecuatoriana, Shany Nadan, se basa sobre el contexto histórico, familiar, político, su relación con Bolívar, sus estudios bibliográficos acerca de la vida de Manuelita Sáenz y su incidencia en la revolución independentista dentro de Latinoamérica. Porque cada capítulo lleva al suscriptor a viajar mentalmente por el museo de Manuela Sáenz, el convento donde estudió, museos sobre la independencia latinoamericana además recordando que Manuelita era conocida como una increíble amazona por su estilo al cabalgar.

Lo histórico es porque Manuelita nunca ha sido interpretada en una producción internacional audiovisual por una ecuatoriana recordando que ella luchó en muchos frentes. Luchó en el amor, en la revolución, en batallas, en la política, contra la sociedad y, sobre todo, contra el rol social que ocupaba el género femenino. Se reveló contra la moral católica patriarcal y logró involucrarse en actividades que solo eran consideradas para hombres como la guerra y la política.

La fuerza de su carácter la hizo capaz de romper barreras sociales, morales y de género hasta lograr convertirse en una importante lideresa revolucionaria de la Independencia de América del Sur y Generala del Ecuador. Fue una feminista sin siquiera existir este término.

El usuario es actor principal y beneficiario de este cambio, accede a través de un único canal a todo el catálogo de contenido comunicativo y participa en su proceso de creación, difusión y desarrollo. En el año 2007 Netflix lanzó su nuevo sistema de servicio de video por streaming, lo que le permitió al suscriptor poder ver películas de un amplio catálogo junto a su familia, haciendo a un lado el modelo tradicional de la televisión nacional ó por cable que se utilizaba como tradición, sirvió entonces para reflexionar sobre la nueva forma de la cultura de entretenimiento audiovisual que en estos tiempos el sistema de servicio de video en línea es nuevo en el mercado y pocas empresas venían utilizando. El vídeo bajo demanda es un sistema de televisión que permite a los usuarios el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada ofreciéndoles, de este modo, la posibilidad de solicitar y visualizar una película o programa concreto en el momento exacto que el telespectador lo desee. Existe, por tanto, la posibilidad de visualización en tiempo real o bien descargándolo en un dispositivo como puede ser una computadora, televisor inteligente (smartv), teléfonos de alta gama (Smartphone) ó reproductor portátil para verlo en cualquier momento y todos los precios más bajos de las operadoras de cable en Ecuador.

Netflix desarrollo un nuevo modelo de entretenimiento alejándose de la tradicional suscripción, que fija el precio en función del volumen de contenido y/o de la categorización por calidad y centra el valor en la calidad y en la accesibilidad a los contenidos a través de diferentes números de dispositivos. La comodidad en el acceso es también una ventaja definitiva frente a otras alternativas, que suelen presentar elementos molestos como publicidad, petición de datos, problemas en el streaming o descarga, etc. Para poder pensar la TV hay que analizar el lugar que ella tiene en nuestra cultura familiar y social actual. La revolución digital de esta plataforma llega hasta en una de sus competencias indirectas como los vídeos en la plataforma YouTube, donde tiene un canal llamado Netflix América Latina para audiencias de todo tipo de públicos permitiendo mantener informados de sus estrenos mediante los avances audiovisuales.

La cultura tradicional de la tv en Ecuador

Dentro de la revisión bibliográfica de fuentes primarias y secundarias. En este caso se desarrolló consultas en la plataforma de la Universidad ECOTEC específicamente en SCOPUS, una base de datos bibliográfica iniciada en 2004, de resúmenes y citas de artículos de revistas científicas. Cubre áreas de: ciencia, tecnología, medicina y ciencias sociales (incluyendo comunicación, cultura y tecnología). Además, se consultó el repositorio de CIESPAL con su revista científica CHASQUI donde abarca más de 5.500 títulos de todas las áreas sobre entretenimiento audiovisual. A parte de revistas, tiene series monográficas, actas de congresos, libros (vaciados a nivel de libro y capítulo) o patentes sobre comunicación social. En este sentido, citando a Omar Rincón, casi todos somos hijos de la televisión, por lo que sin la televisión no podríamos vivir. Es necesaria, porque genera conversación social, mucha cotidianidad simbólica y mundos paralelos para gozar e imaginar.

La televisión gusta, ayuda a las personas a distraerse y a entender el mundo. Forma parte fundamental de la cotidianeidad, de las formas de construir el símbolo y de nuestras maneras de crear comunidades de sentido. De ahí que aparezca en nuestras vidas como un actor indispensable. Puesto que la pantalla ya no se llena de meras imágenes y sonidos, sino de formas culturales, deseos colectivos, necesidades sociales, expectativas educativas,

rituales de la identidad; la tele se convirtió en la institución social y cultural más importante de nuestras sociedades. (Rincón, 2005).

Desde sus inicios la televisión no ha dejado de experimentar transformaciones al paso de cambios tecnológicos y sociales. También en sus orígenes una serie de factores causaban incertidumbre sobre su utilidad y su futuro. El gran salto tecnológico que supone el paso de lo analógico a lo digital, la interacción, la conectividad y la universalidad de las redes sociales provocan que la incidencia de los factores que causan incertidumbre se multipliquen y ante el gran salto vuelva a presentarse lo desconocido. Pero sí advertimos algunas coincidencias históricas que pueden servir de referencia, y que pueden rendir por ello alguna utilidad. En los inicios, la tecnología televisiva se entendió como una extensión de la radiofónica, de tal manera que la televisión se conceptuó como una radio suministradora de imágenes. (Carreras, 2014)

Está a la vista que la televisión, como objeto de estudio complejo y multidimensional, exige enfoques multidisciplinarios encontrándose una alianza particular entre el individuo y la comunidad que hace de esta tecnología una actividad constitutiva de la sociedad contemporánea. no es posible aceptar el conformismo crítico que nos propone la televisión, pero tampoco podemos prescindir de ella. “Moviliza tantas pasiones, tan poca reflexión y tantos lugares comunes sobre su poder, su influencia, la estupidez del público, la pasividad del espectador, la alienación de la imagen dentro de su actividad cultural y social. La televisión o el deseo de no saber... despierta la identificación y legitima del narcisismo, hace soñar y hace olvidar, sin dejar nunca huellas, pues las imágenes de un día se borran ante las del día este carácter es sin duda una las razones por las cuales se depositan en ella toda clase de esperanzas, siendo así que es incapaz de satisfacerlas. (Wolton, 1992)

La base del éxito de la televisión y su unidad: ese carácter ininterrumpido y esa mezcla diversificada de imágenes, cuya recepción e interpretación nadie maneja. A pesar del deseo ampliamente compartido de trivialización de la televisión, es difícil asignarle a ésta la misma condición que a cualquier industria cultural. como prefiere hacerlo el discurso liberal.

La televisión y su programación, además, se fusionan en el imaginario colectivo de la sociedad y colaboran en la generación de una identidad integradora. Si tenemos en cuenta que el 70% de los hogares tiene televisión por cable, por lo que se trata de un servicio muy extendido en todo el país, y si a ese número se suma el servicio de televisión satelital, el porcentaje de hogares con algún servicio de TV paga asciende al 83%. Teniendo en cuenta que las primeras prácticas asociadas a la televisión tuvieron un carácter de “exclusividad”, con un perfil menos democrático que la radio y el cine, durante todos estos años, la TV supo, poco a poco, ganarse la confianza de la gente llegando a formar parte de su vida cotidiana. Y debido a la fundamental atención que exige, la televisión se depositó en la sala de las casas y núcleo básico familiar de los hogares.

Aun cuando las estaciones de televisión, tal y como están estructuradas actualmente, registran su aparecimiento en el Ecuador en las últimas décadas (1960- 1989), de acuerdo con el estudio "La Televisión en el Ecuador" realizado por la Lcda. Alba Luz Mora, el primer programa completo de televisión salió al aire el 31 de julio de 1959 y fue transmitido por Canal 4 "La Ventana de los Andes", perteneciente a la World Radio Missionary Fellowship (HCJB) que, luego de 12 años de trabajo eminentemente evangélico-misional, cedió sus derechos e instalaciones al Sr. Antonio Granda Centeno en abril de 1972. En 1960 se creó la primera

empresa Comercial de Televisión en el país; TELECUADOR, de propiedad de "Organizaciones Norlop", que instaló los CANALES 6 de Quito y TELECUATRO de Guayaquil, iniciando sus transmisiones en 1965. Cinco años más tarde, TELECUATRO de Guayaquil cerró sus emisiones. CANAL 6 de Quito, funcionó hasta 1973, fecha en que vendió sus derechos al Sr. Luis Noboa, actual propietario de TELECUATRO Guayaquil. TELECENTRO Canal 1, fue fundado por el Sr. Ismael Pérez Perasso en mayo de 1969; posteriormente pasó a ser de propiedad del Grupo lsaías.

El 16 de agosto de 1963, se funda en Cuenca, CANAL 3, que el 12 de abril de 1975 pasa a pertenecer a la Universidad Católica de Cuenca. Un año después (abril 1976) inicia sus emisiones como CANAL 2 - TELECUENCA. Canal2 de Quito GAMAVISION, inició sus transmisiones en 1967, su gestor fué el Sr. Gerardo Brborich. En 1976 fue transferido al Sr. Marcel Rivas. El Sistema ECUAVISA se fundó en 1978 con el fin de integrar el país utilizando los estudios tanto de Quito como de Guayaquil. Fueron diseñados programas en cadena para ser transmitidos en las dos ciudades. Desde 1982 se efectúan intercambios noticiosos dirigidos a las ciudades mencionadas, mediante el noticiero del mismo nombre. MANAVISION, TELEAMBATO, TELEGALAPAGOS, TELETRECE y ORTEL, registran su fundación en la década del 80. (Meneses, 1992)

Al principio se hacían transmisiones en circuito cerrado, siendo sus primeros colaboradores sus familiares más cercanos, tales como Vicente Bowen Centeno, quien se convirtió en el primer camarógrafo del país, luego de esto se hicieron esfuerzos para incorporar equipamiento y tecnología al país. Con esto un guayaquileño de apellido Noriega empezó a importar los primeros televisores marca Emerson, el objetivo era que la población adquiera el producto, a bajo costo y buena calidad. Cabe recalcar que las primeras transmisiones se hicieron el 12 de diciembre de 1960, es por eso que ese día se celebra el día de la televisión ecuatoriana, luego años más tarde el 22 de febrero de 1974 la cadena Teleamazonas comenzaba sus transmisiones por lo que se lo considera como la primera red a color del país.

La industria televisiva era privada, siendo el Estado dueño de las frecuencias, y en la década de los sesenta el país marca un desarrollo importante, es así que nace: Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, Telecentro, Canal 10. La televisión entra a formar parte de la impresionante red de comunicación del país junto con la prensa y la radio comenzando a cubrir todo el territorio nacional, actualmente se encuentran al aire más de 20 estaciones de televisión entre regionales y nacionales. Como un modelo anglo, siendo el Estado dueño de las frecuencias para esto se reservaba el derecho de concederlas, y esta transmitía programas estatales de educación y salud.

La televisión tiene un reto cultural que hace visible la brecha cada día más ancha entre la cultura desde la que enseñan los maestros y aquélla otra desde la que aprenden los alumnos. Pues los medios no sólo descentran las formas de transmisión y circulación del saber, sino que constituyen un decisivo ámbito de socialización, de dispositivos de identificación y proyección de pautas de comportamiento, estilos de vida y patrones de gustos. Es sólo a partir de la asunción de la tecnicidad mediática como dimensión estratégica de la cultura que la escuela puede insertarse en los procesos de cambio que atraviesa nuestra familia y sociedad. “Social, cultural y corporalmente, los imaginarios se construyen como un pro-ceso de abstracción de una realidad aceptada. Por ello los imaginarios alientan, alimentan

las representaciones y preceden a la percepción; son internos e invisibles, pero se encarnan en los objetos que nos rodean". (Freire, 2016)

Pero esa interacción exige superar radicalmente la concepción instrumental de los medios y las tecnologías de comunicación que predomina aún tanto en las carreras de comunicación como en las facultades de educación, en las prácticas de la escuela, en los proyectos educativos de los ministerios y hasta en los discursos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

En esa concepción los medios son mirados como herramientas completamente exteriores al proceso pedagógico mismo, capaces únicamente de modernizar, es decir, de ampliar las pantallas que ejercen sobre la mirada de los espectadores en general, y de los jóvenes en particular de una familia, una intensa y permanente atracción. El estímulo audiovisual y además narrativo satisface diferentes gratificaciones del ser humano:

– Sensoriales: porque el estímulo audiovisual es concreto, dinámico; a diferencia del textual que es abstracto.

– Narrativas: todos los pueblos y relatos necesitaron sus narraciones. El relato audiovisual permite en sus planos, ritmos, montajes, sonidos, angulaciones, colores, contar una historia de un modo atractivo y seductor.

– Emotivas: el espectador se implica en la identificación y proyección de los personajes, en sus estereotipos, en sus situaciones. Estos mecanismos son una catarsis para el espectador, en cuanto que purga y purifica a través del itinerario de la intriga, del suspense, sus angustias y desvelos. El final feliz, o el triunfo del orden y la armonía supone la liberación, y el control del caos.

– Estéticas: en el ejercicio de ver se contempla la composición, el colorido, la puesta en escena, la banda sonora, que producen un disfrute del gusto.

A la fascinación de lo audiovisual, añadamos lo multimedia, que permite que los miembros de la familia se dispongan de una interface que le permita "entrar" en el programa o en el juego de ver televisión, desarrollando no sólo unas competencias sociales y lúdicas, también cognitivas y emotivas.

RESULTADOS

Nueva experiencia de consumo audiovisual en las familias ecuatorianas

Las familias ecuatorianas pasan a una nueva forma de consumir entretenimiento audiovisual porque la plataforma de Netflix permite navegar en varias opciones de series y producciones dejando en libertad al suscriptor entre sus recomendaciones de acuerdo a la última actualización. Los desafíos pasan por los recursos, la forma como se financian los canales públicos y privados, los límites que fijan quienes los administran, la ética del servicio, la independencia con los políticos y por supuesto la presencia ciudadana en su construcción como una sociedad ecuatoriana informada. Sin embargo, los medios de comunicación especialmente de televisión y cable se deberían preocupar más por decir que han aportado a la transformación de las sociedades por su proximidad con la gente, más que porque están siendo convergentes o multimedia o multiplataforma. Porque sus faltas de propuesta están de

espectadores de la migración de sus consumidores a las nuevas plataformas como Netflix abandonado sus medios televisivos.

Estas nuevas experiencias se relacionan por el buen manejo de producción, contar historias del contexto latinoamericano y apropiarse del idioma dejando al suscriptor una oportunidad de compartirlo en familia, además facilita el acceso a su cuenta, puede usar la función "Recordarme en este dispositivo" cuando inicia sesión en el sitio web. Esa función usa tecnología que permite brindar acceso directo a la cuenta y ayudar a administrar el servicio de Netflix sin necesidad de solicitar una contraseña u otra identificación del usuario cada vez que el navegador accede al servicio. Identificamos varias marcas de televisores inteligentes con la aplicación Netflix con su diseño de marca en el control remoto facilitando aún más las opciones de crear subcuentas en las pantallas y así segregar el uso por cada miembro de la familia para descargar y disfrutar donde quieran de los contenidos de sus programas favoritos sin limitar edades sexos y géneros.

Más que plataformas tecnológicas consiste en conocer los tiempos del ver, las formas de entretenimiento audiovisual, lo que a la familia le interesa, lo que le conviene en términos de reconocerse como miembros y televidentes y proponer contenidos multifragamentados para ver por canales análogos o digitales como Netflix ó el moderno Instagram. Este fenómeno de la televisión en Instagram aparece en varias ocasiones con los adolescentes de forma repetitiva como una oportunidad de estudios futuros de investigación sobre nuevas experiencias de entretenimiento audiovisual.

Nuevos modelos de entretenimiento latinoamericano para la televisión.

Estos modelos de entretenimiento denominado Netflix es un servicio de streaming que ofrece una gran variedad de programas, películas y documentales premiados en casi cualquier pantalla conectada a internet. Todo lo que quieras ver, sin límites ni comerciales, a un costo muy accesible. Siempre hay algo nuevo por descubrir, todas las semanas se agregan más programas y películas. Se puede ir donde quieras, cuando quieras y en todos los dispositivos que quieras. Permite suscribirse para ver contenidos al instante a través de netflix.com o en cualquier dispositivo con conexión a internet que cuente con la app de Netflix, como Smart TV (Televisión inteligente) , consolas de juegos, reproductores multimedia, Smartphone (Celulares inteligentes) o Tablet. Además, puedes descargar tus programas favoritos con iOS, Android o la app para Windows 10. Se puede llevar Netflix a donde sea con la función de descarga, puedes ver donde vayas y sin conexión a internet. También Netflix es flexible sin contratos molestos ni compromisos. Cancela la membresía online con solo dos clics y no hay cargos por cancelación permitiendo al suscriptor empezar y terminar cuando quiera. Seleccionamos 7 series de sus últimas publicaciones desde 2017 hasta este primer semestre del 2019 resaltando mucho las series latinoamericanas, aunque aún no exista una estrictamente ecuatoriana hay varias producciones con participación de ella como se ilustra en la Tabla No.1 por ejemplo la serie exitosa Bolívar.

Tabla No. 1. Contenidos Series Latinoamericanas

SERIES LATINOAMÉRICANAS			
Temporada	Título de la series	Género	Capítulos
Primera	Bolívar	Drama - Político	60
Tercera	Narcos	Drama	30
Primera	La Casa De Las Flores	Drama - Comedia	13
Primera	Luis Miguel	Drama	13
Primera	Diablero	Aventura-Terror	8
Primera	Frontera Verde	Policial	8

Contenido audiovisual en Ecuador

Hoy surgen más dudas e incertidumbre, y quizá lo único que va quedando claro es que estudiar la comunicación audiovisual de la televisión en la actualidad conlleva un reto de varias disciplinas como la economía política de los medios, la tecnología informática, la estética y la semántica, el diseño y la producción industrial mediática, la política, en especial el tema del poder, la mercadotecnia, la historia, las neurociencias, la psicología, la sociología, la pedagogía, y por supuesto la comunicación misma, la teoría de los medios y la ecología mediática

Sobre todo, con la intención de mostrar que hay determinismos ideológicos dentro de la gama compleja de interacciones llamadas después mediaciones, entre la televisión, sus audiencias y la cultura de éstas de acuerdo a los medios privados y públicos. Al menos en la última década genero un enfrentamiento entre Estado y la prensa privada se autodenomina “independiente”, lo cierto es que en el Ecuador existe un periodismo militante. Este fenómeno se visibiliza de forma notoria tras el ascenso de Rafael Correa al poder y la toma de partido y hostilidad expresadas por las empresas de la comunicación frente a muchas de las medidas del gobierno, pero especialmente ante las nuevas regulaciones que afectan su modelo de negocio concentrado. Así lo demuestra el libro “Periodismo y Política: cuando se rompen las reglas”, de Fernando Casado y Rebeca Sánchez.

Se trata de un libro periodístico que recoge las opiniones de 39 comunicadores sociales, muchos de ellos personajes considerados emblemáticos en la escena noticiosa nacional, quienes narran en primera persona sus opiniones y experiencias relativas al rol político que han asumido los medios de comunicación a lo largo de la historia democrática ecuatoriana, en especial durante el actual gobierno, así como de los problemas del periodismo en el país andino que afectan la profesión y ponen en riesgo el derecho de la ciudadanía de recibir información rigurosa, contrastada y veraz para la cultura del consumo de entretenimiento audiovisual en las familias ecuatorianas. De forma inédita, el trabajo logra reunir a conocidos periodistas como Andrés Carrión, Janeth Hinostroza, Jaime Mantilla, Martín Pallares, Luis Eduardo Vivanco, César Ricaurte, Tania Tinoco, Alfredo Pinoargote, Carlos Rabascall, Orlando Pérez, el caricaturista Xavier Bonilla alias Bonil, el actor político Fernando

Villavicencio, entre otros. La propiedad concentrada de medios para entender el interés de los medios en la política ecuatoriana, la obra describe en primer lugar la propiedad concentrada de las empresas mediáticas en manos de doce grupos familiares y ocho grupos económicos, emparentado por vínculos sanguíneos y políticos, tal como lo expone el informe de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones-Arcotel, publicado en el año 2009. (Casado & Sanchez, 2016)

Los medios de comunicación públicos y privados como un actor importante en la cultura de entretenimiento con perfil político de los medios ecuatorianos han ido evolucionando hasta el punto de apoyar o rechazar golpes de Estado, involucrarse activamente en campañas electorales a favor y en contra de determinados candidatos, incluso, acordar agendas noticiosas con los gobiernos de turno.

De este modo se inaugura una nueva etapa de politización de medios, caracterizada por tonos de beligerancia nunca antes vistos en relación a un gobierno. No obstante, la nueva arquitectura legal e institucional tras la entrada en vigor de la Constitución de 2008 y la Ley Orgánica de Comunicación de 2013 plantea una disputa a la hegemonía comunicacional de los medios privados a través de la incorporación de nuevas voces, como las del propio Estado y las de organizaciones comunitarias a lo largo y ancho del país. Actualmente en la Sección de Registro Oficial, la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación, misma que fue publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 432 de fecha 20 de febrero de 2019, y emitido el 14 de febrero de 2019, por la Asamblea Nacional. La Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación comprende la protección a los derechos de libertad de expresión, promueve, garantiza, regula y fomenta los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador. Se establece la responsabilidad civil en el caso de que se produzca afectaciones a los derechos humanos, reputación, honor y el buen nombre de personas; y asimismo determinando mecanismos de reparación integral como ejemplo: capacitaciones, talleres, disculpas públicas, y entre otros.

Por otro lado se ratificó el Art. 98 en el cual indica que la publicidad que se difunda en el territorio ecuatoriano, a través de los medios de comunicación, deben ser producida en territorio nacional por personas naturales ecuatorianas o extranjeras residentes en el Ecuador, o quienes produzcan en el exterior por personas ecuatorianas residentes en el exterior; la programación y publicidad de los medios de comunicación de radiodifusión sonora y de televisión deberá grabarse y serán conservadas hasta por 180 días a partir de su emisión.

Esto debido al valioso aporte del talento de profesionales de la comunicación audiovisual de Aporte Industrias Culturales según los datos calculados por la Dirección del Sistema de Información del Ministerio de Cultura y Patrimonio, aportan con valores que van de 1% a 1,7% del PIB para el período 2007 -2014. 40 por ciento de este porcentaje generado por las industrias sería un aporte del sector audiovisual. Cifras de producción De acuerdo a cifras del Ministerio de Cultura a la Comunidad Andina en 2017 el sector audiovisual logró una producción de $ 632,8 millones. En 2007 fue de $ 183,8 millones. Un país que tiene mala televisión tiene serios problemas, y el país constata que nuestra televisión abierta va de retro. Hace veinte años se hacía mucha mejor producción que lo que se hace ahora.

Esto es una reflexión sobre lo que está pasando. El hacer cine y televisión no se aprende exclusivamente en las aulas sino también de apoyados en una regulación que

permita el trabajo del talento ecuatoriano y el constante compromiso de las operadoras de cable para diseñar ideas para complacer a los suscriptores.

Este es un proceso de prueba y error porque las ventanas de distribución que garantizan la exhibición, entran en una lógica perversa, porque te toca moverse con el amiguismo o el favor de un tercero. Así como la publicidad ecuatoriana es de exportación, el siguiente paso natural debiera ser la exportación audiovisual, explorar otros mercados, porque existe el talento, el conocimiento, los paisajes, la tecnología y sin embargo eso no se da porque siguen muchos conflictos sociales y políticos dentro de este desarrollo.

En consecuencia, deben los canales asumir su cuota de responsabilidad; no solo que cumplan la ley, sino que también opten por productos de calidad ecuatoriano. Todos estos productos son avalados por las siguientes asociaciones legalmente establecidas en Ecuador:

- Asociación de Creadores del Cine y el Audiovisual de Pueblos y Nacionalidades (ACAPANA)
- Asociación de Directores y Guionistas de Cine Independiente del Ecuador (ADG)
- Asociación de Documentalistas del Ecuador (ADEC)
- Asociación Ecuatoriana de Técnicos Cinematográficos (AETC)
- Asociación de Productoras Audiovisuales del Ecuador (APAE)
- Corporación de Productores Audiovisuales del Ecuador (COPAE)
- Asociación de Fotógrafos Ecuatorianos (AFE)
- Asociación de Actores Audiovisuales del Ecuador (UNIACTORES)
- Sociedad de Gestión de Artistas y Autores Audiovisuales del Ecuador (UNIARTE)
- Entre otras

CONCLUSIONES

Nuestra preocupación al diseñar esta investigación acerca del rol de Netflix en la cultura del entretenimiento audiovisual de las familias ecuatorianas nos ha llevado a comprender que el público ó suscriptor ecuatoriano está en otro nivel y se merece un trato de gente pensante. Bajo esta perspectiva, el análisis realizado ha detectado los siguientes puntos relevantes para el desarrollo académico:

- Generar una apuesta creativa para los canales nacionales y televisión por cable de mostrar nuevas tendencias tecnológicas para no perder sus públicos. En Ecuador, hoy en día, tienen el equipo, la neurona, los paisajes, y lo que falta es el marco legal que permita garantizar financiamientos a estas propuestas audiovisuales para venderlas a las plataformas como Netflix. Una película y serie no se hace en menos de dos o tres años, porque son apuestas largas, coproducciones y tiene que haber certezas por parte de las operadoras de cable para reinventarse.

- La televisión es un objetivo difícil de analizar pero pensar en las propuestas audiovisuales es romper los paradigmas sobre el concepto de innovación y generar conversación acerca del futuro de la industria audiovisual en Ecuador. En ella se reafirma la experiencia de la compañía Netflix y de cómo pasó de convertirse de una forma de entretenimiento que partió de ideas que no considera tan buenas a una

compañía de 150 millones de suscriptores en todo el mundo reconociendo que a ellos les tomó más de dos años y medio encontrar el modelo de negocio, cuyo fin es el análisis de las nuevas experiencias de las familias ecuatorianas para ver televisión con la tecnología.

- Es importante destacar la facilidad con la que las familias ecuatorianas evolucionan para encajar en la nueva forma cultural de ver televisión y entretenerse con la familia convirtiéndose en la mejor fortaleza para la producción nacional de contenido audiovisual dirigido a las plataformas virtuales de forma moderna y diferente.

BIBLIOGRAFÍA

Carreras, N. (2014). Minuto uno de la televisión híbrida. (R. C. Complutenses, Ed.) Historia y Comunicación Social , 19, 427-438.

Casado, F., & Sanchez, R. (2016). Periodismo y Polícitca cuando se rompen las reglas. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

Castro, L. (14 de Junio de 2018). AboutEspañol. Obtenido de AboutEspañol: https://www.aboutespanol.com/que-es-streaming-157642

Cornejo Stewart, J. (2016). EL CASO DE NETFLIX (2012-2015). Nuevas formas de pensar la producción, distribución y cosumo de series dramáticas. Catalunya, España.

EL UNIVERSO. (11 de Noviembre de 2018). La televisión por internet tiene una acogida imparable en Ecuador. pág. 1.

EL UNIVERSO. (11 de Noviembre de 2018). El fútbol sostiene a la televisión pagada en Ecuador. Guayaquil.

Fernando, C. (2017). Periodismo y política cuando se rompen las reglas. Quito: CIESPAL.

Freire, A. C. (2016). Las comedias de situación (sitcoms) producidas por la televisión ecuatoriana y los estereotipos de género. (CIESPAL, Ed.) CHASQUI , Revista Latinoamericana de Comunicación , No.131 (131), 383-400.

Gomez, G. O. (26 de Enero de 2012). Televisión y producción de interacciones comunicativas. (Scielo, Editor) Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2012000200003&lng=es&tlng=pt.

Heredia Ruiz, V. (2017). Revolución Netflix: Desafíos para la Indistría audivisual . Chasqui 135 , 275-297.

Jesus, M.-B. (2001). Los oficios del Comunicador. Renglones , 19.

Mayorga Escalada, S. (2019). Netflix, estrategia y gestión de marca en torno a la relevancia de los contenidos. adComunica .

Meneses, Z. (1992). Análisis de Medios de Comunicación en el Ecuador (CIESPAL-CAF. Departamento de Publicaciones ed., Vol. 1). (CIESPAL, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: Editorial Quipus.

Ordoñez, K., Punin, M., & Suing, A. (2018). Netflix y la identidad latinoamericana: La visibilidad del cine ecuatoriano . 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI) . Caceres, España: IEEE.

Siri, L. (Junio de 2016). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿ El fin de la televisión y el cine ? Hipertextos , 173.

Wolton, D. (1992). ELOGIO DEL GRAN PUBLICO: UNA TEORIA CRITICA DE LA TELEVISION (En papel) (Segunda edición ed., Vol. 1). GEDISA.

008. MODELO DE REPOSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA TRANSESTIBA INTERNACIONAL S.A. A SUS CLIENTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Autores:

Lcdo. Daniel Augusto Martinez León
Licenciado en Administración de Empresas con énfasis en Marketing
dmartinez_bsc@live.com

Ing. Lola Maria Kuri Astudillo, Mae.
Docente Marketing y Comunicación
Universidad Ecotec
lkuri@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal proponer un modelo de reposicionamiento de una empresa de transporte de carga de la ciudad de Guayaquil, año 2018. Se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo a través de las técnicas de encuestas y entrevista a las empresas que tienen en su cartera de clientes. Es importante reposicionar la marca Transestiba Internacional S.A. en este momento se encuentra al borde de la quiebra. La empresa por muchos años estuvo apalancada por otras dos grandes empresas del consorcio, pero desea retomar las riendas y ser rentable sola. Se debe realizar una restructuración completa, crear departamentos que no existen. En el análisis encontramos que no tienen departamento comercial ni de marketing, estos departamentos son básicos en cualquier tipo de empresa y más en una naviera. Sin ellas no habrá modo de aumentar rentabilidad porque el servicio no se vende solo. Al terminar este proyecto, Transestiba Internacional S.A. tendrá la oportunidad y parámetros de como marcar la diferencia ante la situación en el que se encuentra actualmente el mercado, podrá implementar una estrategia comercial y marketing que les permitirá continuar el reposicionamiento de la marca y vuelva a ser la primera opción en el sector de transporte de carga pesada ante sus clientes en la ciudad de Guayaquil. Así podrá seguir aportando con la economía de la ciudad, tomando en cuenta que Guayaquil es el motor económico del Ecuador y Transestiba Internacional S.A. tendrá la oportunidad de ser parte de ese progreso.

Palabras claves: Reposicionamiento, Logística, Estrategias de Reposicionamiento, Distribución.

ABSTRACT

The main objective of this project was to propose a repositioning model of a freight transport company in the city of Guayaquil, 2018. The qualitative and quantitative approach was used through survey and interview techniques to companies that they have in their client portfolio. It is important to renovate the brand Transestiba Internacional S.A. It is currently in bankruptcy. The company for many years was one of the biggest group in the section of shipping transport. In the analysis we found that they have no commercial or marketing department, these departments are basic in any type of company and more in a shipping company. Without them

there will be no way to increase profitability because the service does not sell alone. Upon completion of this project, Transestiba Internacional S.A. will have the opportunity and parameters of the know-how to make a difference in the situation in which the market is currently located, you can implement a commercial and marketing strategy that will allow you to continue repositioning the brand and become the first option in the transport sector of heavy load before its clients in the city of Guayaquil.

Keywords: Repositioning, Logistics, Repositioning Strategies, Distribution.

INTRODUCCIÓN

En el año 2016, el Ecuador sufrió las consecuencias de la coyuntura económica del gobierno del Econ. Rafael Correa Delgado, las salvaguardas a las importaciones y el alza del IVA fueron uno de los detonantes que provocaron, en especial en el sector de transporte de carga pesada, realizar un reajuste de costos en las operaciones. La empresa Transestiba Internacional S.A. dedicada al transporte de carga pesada desde 1986 y siendo por años la primera opción por los clientes, no ha podido salir de la situación a pesar de que se han dado mejoras en el país y en el mercado. Por esta razón, el presente trabajo de investigación desea evidenciar que luego de realizar un analisis interno y externo de la empresa, de sus clientes y de cómo están posicionados en la mente del consumidor, pese a la crisis que tuvieron por cerca de 10 años, Transestiba siempre cuido su intangible más importante, la marca. Transestiba se presenta en el mercado local como una empresa sólida, responsable y comprometida.

PREGUNTA PROBLEMÁTICA

¿Cómo diseñar un modelo de reposicionamiento de la empresa transestiba internacional s.a. a sus clientes de la ciudad de Guayaquil?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Reposicionar a Transestiba Internacional S.A. en el mercado Guayaquileño en el servicio de carga pesada, creando un factor diferenciador en la marca.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar las bases teóricas relacionadas con el mejoramiento del posicionamiento de la empresa TransEstiba S.A.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa.
- Proponer estrategias de marketing como factor de competitividad.

DESARROLLO

En el presente análisis, es preciso diseccionar determinados conceptos, los cuales se detallan a continuación:

Marketing

Muchas personas tienden a confundir este concepto con el de una técnica que se encarga de la promoción de productos, área de la que se encarga en particular la publicidad, pero dejan olvidada la tarea que se requiere mucho antes que llegar a la promoción de un producto, y esta viene a ser el estudio del mercado y sus necesidades, área en particular que se encarga el marketing y de donde inician todas sus actividades.

De acuerdo con Stanton, Etzel, Walker (2004) el marketing “es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.” (p. 7). Esta organización es uno de los puntos esenciales

necesarios en toda empresa y compañía, y todo parte del cuidado y estudio de las audiencias de la empresa, de los clientes frecuentes y posibles clientes potenciales, estudio altamente necesario para determinar cuáles son sus necesidades y deseos, logrando de esta forma, entender cómo suplirlas.

Investigación de mercado

La investigación de mercados es altamente necesaria para conocer a los clientes y saber si sus necesidades están siendo suplidas o no, y de acuerdo a ello se podrá conocer que actitudes tomar al respecto, de acuerdo con Stanton, Etzel, Walker (2004), en su libro Fundamentos de Marketing, hablan de la función del marketing relatando que:

> "Es necesario efectuar una investigación marketing – o investigación de mercado – para introducir un producto en el mercado, y hacerlo de manera regular a todo lo largo de la vida de ese producto. La investigación no se limita a los productos: se lleva a cabo para responder a preguntas sobre los segmentos potenciales de mercado, las tiendas enteras, las marcas, la publicidad, los precios y cualquier otro aspecto del marketing". (p. 198)

Este procedimiento, tal como lo recomiendan Stanton y compañía debe de hacerse de forma regular, especialmente si se está en la antesala a efectuar algún cambio importante en la empresa, sus procesos y su estrategia de venta, por la simple razón de que cada proceso es diferente y su desempeño debe ser estudiado minuciosamente antes de realizarse para no afectar de manera negativa a la compañía.

Estrategia de Marketing

Para que una empresa pueda vender, debe dar a conocer sus productos o servicios y tener definidos los atributos y diferenciador que puedan tener los mismos. Además de contar con una estrategia de marketing previamente trabajada. De acuerdo con Muñiz (s.f.) "El marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades." A diferencia de la conceptualización de marketing como tal, que busca el estudio de los públicos para poder satisfacer sus necesidades, el marketing estratégico se enfoque en ir más allá y en pensar en un plan y forma en la que mantener un negocio a largo plazo, pensando en estrategias a corto plazo y a futuro.

Creación de la ventaja competitiva

Para poder estar a la vanguardia de un mercado muy competitivo, es necesario saber cómo tener un plus, valor agregado y a eso es a lo que se refiere el desarrollo de una ventaja competitiva frente a los competidores. Lo que dirige inmediatamente la atención a la competencia directa, a su forma de hacer negocios y al análisis de sus características. De acuerdo con Kotler & Armstrong (2017) "una compañía podría definir a sus competidores como todas aquellas empresas que fabrican el mismo producto o la misma clase de productos" (P. 545). Es importante entender que hay que empezar desde lo general para avanzar a lo específico, que es lo que llevaría a enfocarse a quienes ofrecen el mismo servicio de una manera muy similar

METODOLÓGICO

Para este proyecto se utilizará un enfoque de estudio descriptivo y exploratorio, que identificará los conceptos de información directa proveída por informes de Transestiba S.A. y sus clientes, analizando su frecuencia en la cartera de clientes frecuentes de la empresa, a la misma a la que se le llevará acabo una encuesta que permitirá conocer cuáles son sus preferencias al necesitar una empresa de transporte de carga, y sus preferencias al momento de mantener comunicación con la empresa.

Para conocer el origen de cada uno de los temas mencionados anteriormente, se deberá realizar una recopilación de datos de Transestiba Internacional S.A. y de su competencia, conociendo el proceso por el que cada una empezó y su historia a lo largo de su competencia unos con otros, evidencia en ella su posición en el mercado y la mejor época que tuvo cada uno en cuanto a relación con sus clientes, destacando las razones y motivos que dieron paso a que suceda el éxito y así mismo, casos de faltas.

TABLA 1 Listado de empresas Encuestadas

PANASA	ACISERVICE	EMPACADORA DEL PACIFICO	YNSOCA	TOAL CIA LTDA
ANGLO	T.I.C	LETERAGO DEL ECUADOR	YOSAN C. LTDA.	LOMOTO S.A.
TECOPESCA	WINEDTECH	LABORATORIO STEIN	MOLIN&ASOCIADOS	SODERAL
ADELCA	PROALCO	UNILEVER	CLAVON GNL S.A.	VALTCH S.A.
MABE	GRUPASA	EL ROSADO	TONICORP	KINE & KINE
K+N	CARTONERA NACIONAL	ECUCABLES	LLIJO S.A.	DIDOSA
PANALPINA	DYVENPRO	PASTIQUIL	LISI EXPORT S.A.	ANDEC
MACARGO	NAVEECUADOR	NACIONAL GRANELEROS S.A.	SANYTECH	VOBRASA
MILLSHE S.A.	SEAMPRE S.A.	CLAVON´S S.A.	NAVIERA DEL ECUADOR	FERRERO
TOZSAP C.L	ESPITIBA S.A.	ECUAGRAM	TRANXPORT & EXPORT S.A.	ESFRUTARES S.A.
IMPORTESTIBA CIA. LTDA.	ALMACHE COMPANY S.A.	ASSAYERS CIA. LTDA.	ECUPLASTIC S.A.	BONESLA CIA. LTDA.
LOCERBA S.A.	CHOCKYIS S.A.	INASA	PLASTICOS DEL LITORAL	CALOGRAM S.A.
NOCOLONI EXPORT S.A.	INSITESARE S.A.			

Fuente: Elaboración del Investigador, 2018.

Se consideró como población de estudios a todos los clientes que Transestiba tiene en su cartera de clientes, así se podrá obtener una interpretación más clara de la situación actual y que sea obtener su universo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo a través de las técnicas de encuesta y entrevista para analizar las necesidades de los clientes e identificar la aceptación de las propuestas.

En el estudio se pudo identificar que los clientes requieren los servicios con cargas variadas, desde cargas peligrosas hasta maquinaria y refrigerado, pero la mayoría de clientes hacen uso de los servicios por motivo de transportación de carga general. Encontramos que el 27.4% de los transportes realizados por la empresa y al granel con un 24.2%. Esta información resulta de gran valor para conocer el tipo de contenido al que se deba tener mayor y menor atención y grado de frecuencia en publicaciones en redes sociales, dado que se deberá prestar más importancia a abarcar la mayor cantidad de clientes con una misma publicación.

Tabla 2 ¿Qué tipo de carga usted o su negocio requiere transportar?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cargas generales	17	27.4%
Carga al granel	15	24.2%
Carga peligrosa	9	14.5%
Carga perecedera	10	16.1%
Carga frágil	8	12.9%
Otro tipo de carga (automotriz, maquinaria, refrigerado)	3	4.8%
TOTAL	62	100%

Fuente: Elaboración del Investigador, 2018.

2.- ¿Cuántas veces al mes usted utiliza un servicio de transporte / logística?

TABLA 3: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TransEstiba S.A

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-5 veces	16	25.8%
10-20 veces	32	51.6%
20-50 veces	12	19.4%
50-100 veces	2	3.2%
TOTAL	62	100%

Fuente: Elaboración del Investigador, 2018.

Como se pudo notar en los resultados de las encuestas, un gran número de clientes necesita de una empresa de transporte de 10 a 20 veces al mes siendo el 51.6% de las personas encuestadas, mientras que el 25.8% de encuestados la requiere de 1-5 veces, demostrando que existe un mercado potencial que no está siendo impactado por la TransEstiba, siendo este el de empresas que requieren transportas cargas pequeñas, pero contantemente.

3.- ¿Por qué medio conoció a TransEstiba?

Como se pudo evidenciar en las encuestas realizadas, TransEstiba tiene presencia en medio digitales, siendo la búsqueda por Google un 13% y la búsqueda de la página web solo un 4.9% de un total del 100% de empresas que llegaron a TransEstiba por recomendaciones y contacto directo.

GRÁFICO 1: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TransEstiba S.A.

Fuente: Elaboración del Investigador, 2018.

4.- ¿Qué busca usted al momento de adquirir un servicio complementario para su empresa?

TABLA 4: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa TransEstiba S.A.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Que lo mantengan informado en cada etapa del proceso	13	21.3%
Costos bajos	14	23%
Buena calidad de servicio	19	31.1%
Mantener negocios a largo plazo	10	16.4%
Cuidado de su empresa y sus actividades	5	8.2%
TOTAL	61	100%

Fuente: Elaboración del Investigador, 2018.

Gracias a la encuesta se pudo evidenciar que el 75,4'% de los encuestados solcitan o esperan una buena calidad de servicio (31.1%), seguido de costos bajos (23%) y que se los mantengan informados respecto a cada etapa del proceso (21.3%). Demostrando la necesidad por un sistema de seguimiento de carga e información al momento que el cliente la necesite, tal como se ha visto que ofrecen servicios de carga por medio de GPS.

PROPUESTA

El mercado en el que funciona Transestiba es uno donde el más mínimo error y descuido al momento de tratar con un cliente puede significar en la perdida de una enorme cantidad de dinero, contratos, asociaciones y en el peor de los casos si la situación no mejora, el cierre de toda una empresa a causa de una mala relación laboral y/o personas con dueños de empresas.

A diferencia de un mercado B2C, en el mercado B2B manejar las relaciones laborales y las amistades con los dueños de empresa debe ser considerado como una de las tareas cruciales por parte del equipo de relaciones públicas, marketing e incluso la cabeza o jefe de la empresa, siendo su presencia en cada negociación, acuerdo, charla e incluso acto público, totalmente necesaria para cuidar la marca de la empresa.

Transestiba Internacional S.A. tiene a su momento dos grandes clientes que lo mantienen sobre ruedas, Adelca y Mabe, pero pese a esto, se necesita de una cartera de clientes más amplia y que sea fiel de la misma manera como se ha logrado con las empresas grandes ya mencionadas para que la capacidad instalada de Transestiba pueda ser utilizada en su totalidad, junto con toda la gama de servicios que puede ofrecer en conjunto con el servicio de entrega de carga. Para esto, se designará la elaboración de no solo el desarrollo de un mejor posicionamiento en la ciudad de Guayaquil, pero también un programa de fidelización que permitirá que una vez que los clientes sean parte de Transestiba y soliciten los servicios de la empresa, ellos quieran quedarse con ellos y sigan colaborando por un largo periodo de tiempo.

Plan de atracción de clientes y posicionamiento

A diferencia de una comunicación con clientes regulares donde se puede utilizar diferentes medios como la televisión, radio y redes sociales, pueden ser una buena forma de atraer la atención de nuevos clientes o incluso recordarle a la marca a quienes compran habitualmente un producto, al tratare de empresas como clientes, es muy diferente la situación y dichos tipos de comunicación pueden resultar poco efectivos, sin embargo, también existe la posibilidad que dueños o altos cargos de empresas estén en busca de los servicios prestados por Transestiba y se topen con algún anuncio de la misma.

Llegar a este tipo de públicos por medio de la televisión, radio o vallas publicitarias puede ser poco efectivo ya que la segmentación puede llegar a ser muy amplia y para querer impactar en un prospecto en específico resultará en grandes costos de dinero para Transestiba, donde no se encontrará gran efectividad en una campaña en alguno de estos medios. Sin embargo, gracias a los avances tecnológicos de internet y la creación de las redes sociales, es posible cubrir estas falencias en páginas de uso diario para gran parte de la población hoy en día.

Redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter permiten una gran gama de segmentación de mercado, en la que se puede llegar a impactar a las personas no solo por su edad, locación, gustos y horarios en los que utiliza este medio, variables que son prácticamente todas las que permite utilizar la promoción en publicidad, pero también permite promocionar un producto o servicio conociendo que actividades le gusta realizar a las personas, que libros a leído, que carrera a estudiado, que lugares frecuenta, a que se dedica como profesión y tiempo libre, así como empresas que siga y gustos en general sobre su día

a día. Por medio de este gran abanico de opciones con las que las redes sociales permiten filtrar a quien llegar con un contenido en específico sin la necesidad de gastas dinero o esfuerzos publicitarios en audiencias que no esten interesadas en adquirir los servicios de Transestiba Internacional S.A

Facebook

Gracias a la posibilidad que maneja Facebook de poder gestionar y filtrar de forma altamente personalizada la publicidad que se pague en este medio de comunicación, permitirá a Transestiba llegar a los clientes ideales. En Facebook Ads se manejará una campaña que busque cubrir las siguientes variables con la siguiente información.

- Gustos: Personas que les guste la maquinaria pesada, materiales de construcción o carreras que utilicen materiales de construcción.
- Páginas que siguen: Personas que sean fans de páginas de nuestros competidores, de empresas similares pero extranjeras, y de personas que sigan páginas de humor referentes al tema de transporte y almacenamiento de carga.
- Libros: Personas que sigan páginas o hayan indicado que les gustan libros con temas sobre la logística, el manejo de canales de distribución y proveedores de servicios complementarios para empresas.
- Carrera: Personas que tengan estudios superiores en administración de empresas, logística, negocios internacionales, marketing de gestión, entre otros afines.
- Lugares que frecuenta o ha visitado: Empresa de construcción, elaboración de productos sin terminar, maquinaria, productos de línea blanca, universidades, universidades con maestrías, entre otros.

Esta lista de lugares, gustos y preferencias sobre unas actividades a otras, permitirá que los anuncios que se realicen lleguen en su mayor posibilidad al público indicado y que no se pierda la oportunidad de llegar a un cliente potencial importante y sin la necesidad de invertir dinero en personas que no vayan a encontrarse interesadas o no les beneficie el servicio de Transestiba Internacional S.A

Los anuncios en Facebook por parte de Transestiba tendrían el siguiente aspecto.

Imagen 2: Captura de pantalla de la página de Facebook de TransEstiba Internacional S.A.

Fuente: Propiedad de TransEstiba Internacional S.A / Facebook. Inc.

Este tipo de anuncios se proyectarán tanto en computadoras, tablets y teléfonos inteligentes, ocupando todos los medios en los que se pueda utilizar Facebook y por ende siendo visible para el público objetivo de la publicidad en todo momento.

Estrategia de fidelización

Dado que en el tipo de negocio B2B el cuidado de los clientes tiene que ser un apartado de mucho cuidado por encima de muchas de las actividades de la empresa, se requerirá de un relacionista público que maneje la cartera de clientes de forma personal, puesto que manejar los negocios es una tarea de la cual ya se tiene a alguien encargado en Transestiba, pero que no se tiene a una persona en particular manejando las relaciones con los mismos y analizando sus necesidades e inquietudes de primera mano.

Para darle una herramienta de trabajo a la persona encargada de los clientes, se hará uso de técnicas de CRM para que la fidelización y tiempo en el que un cliente vuelva a prescindir de los servicios de Transestiba sea más frecuente.

Descuentos por tiempo limitado

Esta técnica de idealización sirve tanto para clientes totalmente nuevos como para clientes que ya hayan hecho uso de los servicios de Transestiba anteriormente, pues el hecho de ver que pueden obtener el mismo servicio por un precio rebajado, será un gran determinante para obtener bajos costos en sus costos de producción y le dará la oportunidad de Transestiba de dar a demostrar su calidad de servicio a las personas sin tener perdida o incluso solo sacrificar una ganancia mínima. Las promociones por tiempo limitado serían promocionadas por medio de Facebook y Flyers que se presentarán a los clientes eventuales de transestiba, los cuales tendrán una vigencia máxima de un mes, tomando en cuenta que varios clientes no envían mercadería de forma diaria, de esta forma se permitirá una gran posibilidad en que los clientes

puedan hacer uso de los servicios y que a la vez dará la necesidad de hacer el gasto en un tiempo pronto y limitado.

Imagen 3: Imagen diseñada para la promoción de TransEstiba Internacional S.A.

Fuente: Propiedad de TransEstiba Internacional S.A

Cuponera

Una cuponera será entregada a los clientes una vez que ya hayan adquirido un servicio, esta servirá como enganche para que los clientes puedan hacer uso de ella en el momento en que más prefieras, esta tendrá dos beneficios claves para la empresa, una de ellas es que será una publicidad permanente que tendrá consigo, puesto que la puede necesitar en cualquier momento así que muy probablemente la tenga en su billetera o a la mano en su oficina, y la segunda es que será un llamado a la acción rápido dado que una baja de precios llamará la atención inmediata del cliente.

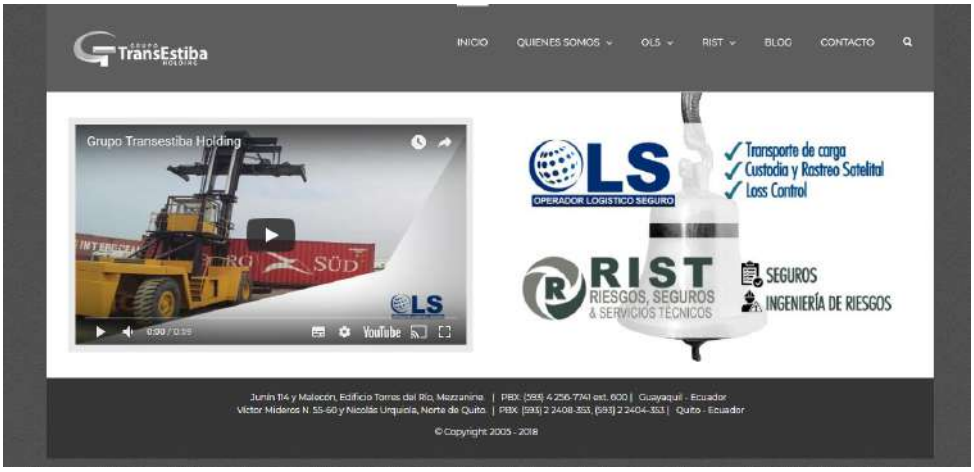
Flyer con stickers

Cada vez que un cliente haga requiera y adquiera un servicio, se le dará también una tarjeta en la que tendrá que llenarla para obtener una recompensa en particular, esta será entregada una vez el cliente haya adquirido un número en específico de servicios, por ejemplo, se le puede pedir que adquiera diez servicios de Transestiba en una lapso de 2 meses, haciendo que la empresa se apresure en la adquisición de servicios y así obtener una gran recompensa que le generará ahorros para su empresa.

Mejorar la página web de TransEstiba Internacional S.A.

Como se pudo notar en la investigación cuantitativa realizada a varias personas le gustaría tener un contacto más directo con la empresa gracias a medios digitales como correos electrónicos, redes sociales, etc. Es así como también se puede evidenciar que varios clientes conocen la página de la empresa y que buscan satisfacer su necesidad de información dentro de ella, pero mucho más allá de la información institucional. Es por esta razón que se busca obtener mejoras en la página de TransEstiba Internacional S.A.

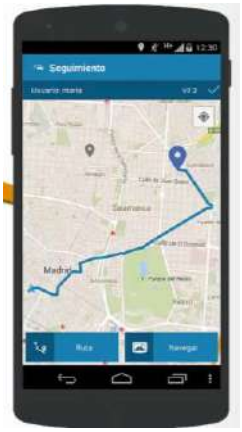
Imagen 3: Captura Página web de TransEstiba S.A.



Fuente: Propiedad de TransEstiba Internacional S.A.

Para mejorar la actividad de las personas al momento de navegar en la página web de TransEstiba, se buscará no solo mejorar la experiencia con una interfaz más amigable y moderna, pero también incluir información más detallada sobre cada servicio que realiza TransEstiba, junto con un segmento dentro de la descripción de cada servicio donde se publicarán las reseñas por parte de otros clientes que hayan probado el servicio con anterioridad, de esta forma se impulsará a nuevos clientes a visitar TransEstiba y sentirse más seguro de su primera experiencia.

Imagen 4: Imagen de la aplicación para dar seguimiento a las encomiendas de TransEstiba S.A.



Fuente: Elaboración del autor Daniel Martinez

También se incluirá un sistema de seguimiento de carga más cómodo en comparación a lo ofrecido por la competencia y competencia indirecta, para que los clientes puedan tener información más detallada de su carga a todo momento, esta información será presentada en la app de seguimiento de TransEstiba en teléfonos Android y IOS para que esté disponible para todo cliente en búsqueda de un buen servicio.

CONCLUSIONES

Las empresas que cayeron en una racha de bajas ventas a causa de las reformas gubernamentales ocasionadas por el gobierno varios años atrás han resultado afectadas por un gran número de razones diferentes en cada caso, sin embargo, a las empresas que contaban con un fuerte posicionamiento en el mercado fueron capaces de mantenerse de forma estable durante la mala situación financiera y de poder volver a tener ingresos normales una vez que se calmó el panorama, es por eso que se tiene que tener un mayor cuidado con la marca de Transestiba S.A., dado que su gestión regular de la marca y enfoque solamente en ventas dejo olvidada esta parte de la empresa.

De acuerdo con la información recaba por la encuesta, se pudo notar que la gran mayoría de los clientes disfrutan y valora una buena comunicación con los proveedores de servicios complementarios a su empresa, desde información puntual sobre el servicio prestado, hasta información complementaria y datos interesantes que permitan que la relación con su proveedor pueda tener un mejor impacto en su forma de hacer negocios en general, viendo esto como una mejora del mercado y no solo de su negocio, lo que beneficiará la organización a largo plazo.

Así como se ha tenido especial cuidado de las empresas Adelca y Mabe, se debe tener mayor cuidado con todo cliente que busque los servicios de TransEstiba, dándoles un seguimiento a sus actividades, necesidades y requerimientos específicos para su tipo de carga, de tal manera que se sientan bien atendido como sus dos clientes estrellas y que decidan volver por más servicios a TransEstiba y poder conseguir un beneficio mutuo tanto a corto como a largo plazo.

REFERENCIAS BIBILIOGRÁFICAS

Best, R. (2007) Marketing Estratégico´, Madrid, España, Pearson Educación.

Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R. (2006) Dirección Estratégica, Séptima Edición, Madrid, España, Pearson Educación, S.A.

Montoya, A. (2002) Conceptos modernos de Administración de Compras, Bogotá, Colombia, Grupo editorial Norma.

Kotler & Armstrong (2008) Fundamentos de Marketing, Octava Edición, Naucalpan de Juárez, México, Pearson Educación.

Kotler & Armstrong (2017) Marketing, Décimo sexta Edición, Ciudad de México, México, Pearson Educación.

Todomktblog (s.f) Top of Mind: ¿Qué es? Recuperado de: http://www.todomktblog.com/2015/04/top-of-mind-que-es.html

MarketingXXI (s.f.) Concepto de marketing estratégico Recuperado de:https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm

009. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA POTENCIAR LA IMAGEN E IDENTIDAD DEL RESTAURANTE MUNCHIES GRILL AND WINGS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2019.

Lic. Olga Sarmiento Fernández
Licenciada en Comunicación con énfasis en Relaciones Públicas
olsarmientoff@hotmail.com

Mgtr. Ana María Salazar Merchán
Magister en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional
Docente de la Facultad de Marketing y Comunicación
Universidad Tecnológica ECOTEC
Guayaquil, Ecuador
ansalazar@ecotec.edu.ec

RESUMEN
Este documento tiene como objetivo elaborar estrategias de comunicación para mejorar la imagen y la identidad del restaurante Munchies Grill and Wings en la ciudad de Guayaquil, en 2019. Se utilizó un análisis exploratorio para identificar las acciones que gestionan estas variables de comunicación, y un análisis descriptivo con el objetivo de estudiar la identidad de la marca, mediante la realización de encuestas - *focus group* - entrevistas dirigidas a los principales públicos de la marca.
Palabras claves: identidad corporativa, imagen corporativa, reputación, comunicación.

Abstract
This document aims to develop communication strategies to improve the image and identity of the Munchies Grill and Wings restaurant in the city of Guayaquil, in 2019. An exploratory analysis will be analyzed to identify the actions that manage these communication variables, and an analysis descriptive in order to study the identity of the brand, by conducting surveys aimed at customers.

Keywords: corporate identity, corporate image, reputation, communication.

INTRODUCCIÓN

Munchies Grill and Wings, nació como un proyecto familiar el 14 de noviembre del 2016, en la ciudad de Guayaquil, específicamente en el sector de Garzota; la idea nació por la necesidad de abrir un restaurante en donde se ofrezca variedad de platos como alitas, hamburguesas, platos tex mex, carnes, cervezas y demás piqueos, puesto que no había mucha demanda y los precios eran muy elevados en los locales que lo ofrecían. Aunque la competencia es fuerte, la marca ha logrado mantenerse de manera exitosa en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil y en Manta; actualmente cuenta con 5 locales, ubicados en Garzota, Urdesa, Sur, Guayarte y uno en Manta.

Se presume que la marca no es tan reconocida por los consumidores debido a su bajo nivel de imagen e identidad, por lo cual se pretende dar un impulso al manejo de la marca, para obtener como resultado una marca potenciada y reconocida. La importancia de abordar este tema radica en la imagen que proyecte el restaurante de sí misma a través de su identidad y la comunicación que se genere con el consumidor. La identidad y la imagen corresponden a dos elementos fundamentales de la marca, noción que representa una construcción simbólica de los productos o servicios de una organización.

Identidad, Imagen y Reputación Corporativa

En la sociedad corporativa actual, existe una distorsión de términos, que tiene un efecto negativo en la labor de los consultores cuando se enfocan en el progreso de las estrategias, la confusión radica en los términos que guardan relación con la identidad gráfica y la identidad corporativa, ya que esta última no solo implica crear un logo o imagen sino también implementan técnicas y herramientas de diseño.

El término de identidad corporativa ha evolucionado a tal punto que se está atendiendo más a su identificación y a la manera en que esta se transmite al público y a sus empleados, esto desemboca en que las empresas den luz verde a la interpretación estratégica en la identidad corporativa. Se puede definir a la identidad corporativa como el conjunto de elementos que componen la realidad objetiva de cualquier organización y que puedan potenciarse a través de los aspectos que configuran esta identidad corporativa (Enrique, 2008); de esto se puede deducir que son todos los componentes que representan a una empresa u organización y sus elementos constitutivos como el histórico, servicios prestados, estructuras, la estrategia que proyecta la empresa y la identidad que perciben los clientes y sus colaboradores.

La identidad corporativa es la representación ideológica que la empresa genera por su accionar en la sociedad (Costa, 2006). De acuerdo a los objetivos planteados por una empresa en las estrategias que implemente, se puede evidenciar la identidad corporativa de ella, puesto que toda organización sobrevive por el posicionamiento de la marca en el mercado, porque de acuerdo a esto se mide la fidelidad de los clientes y el interés sobre la marca.

La imagen corporativa es una evocación o representación mental que tiene cada persona, formada por un cúmulo de atributos referente a la empresa (Sánchez y Pintado, 2009), en tal sentido el objetivo de una compañía es que exista relación entre la imagen percibida y la identidad expresada puesto que la imagen corporativa es el medio por el cual la población o los clientes ven a la empresa. Abarca todos los comportamientos de la empresa, no es sólo

un hecho visual, es la lectura que el público hace de ella. Se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía puede provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto, la imagen de una corporación no es creada solamente por la compañía. La imagen es la representación mental que generan los públicos como consecuencia de la información que reciben de la organización, esto significa que la imagen es el resultado de un proceso acumulativo de toda la información recibida a través del tiempo (Ferrell, 2012), este proceso es lento e individual ya que cada uno recibe y percibe determinada comunicación, la interpreta a su modo, la condiciona de acuerdo a su experiencia, la procesa y la acumula.

Según la imagen que se tenga será la actitud de las personas hacia la organización o productos: si ésta es favorable la actitud será favorable y si es desfavorable producirá rechazo. Revertir una imagen negativa no es fácil ni se hace rápidamente. Mientras se detecten a tiempo las falencias, se tendrá más tiempo extra para corregirlas; por este motivo, las empresas deben monitorear permanentemente su imagen a través de auditorías para poder actuar rápidamente ante situaciones negativas: desactualización, deterioro, puntos débiles, ideas confusas.

Además, la investigación de imagen permite tanto en públicos externos como internos establecer el perfil de la empresa y sus productos, determinar su situación en cuanto a ciertas características o atributos, analizar el resultado de cambio en su identidad visual, comprobar la imagen resultante luego de una función, y, comparar la imagen propia con la de la competencia.

La imagen sostenida a través del tiempo constituye la reputación que puede darle prestigio por la credibilidad confianza y compromiso que tiene ante sus clientes. La reputación corporativa es la percepción que se tiene de una empresa u organización desde el exterior, o su imagen externa construida (Ahearne, 2005). La percepción que se tiene queda plasmada en una frase o un juicio que brinda el público acerca de lo que se ha quedado en su mente, la percepción es otorgada por el mercado, de acuerdo a varios atributos empresariales; es la consecuencia de los procesos que acumulan información por parte de los grupos de interés, que realizan a partir de una serie de factores como los contables, institucionales, de responsabilidad social, cobertura en medios de comunicación, y estratégicas tales como la diversificación y diferenciación (Fombrun, 1996).

Los públicos no son sujetos pasivos sino sujetos activos, la imagen de la empresa que se genera en los públicos es el resultado de la interpretación que hacen los públicos de la información o desinformación sobre la organización (Peters, 2014). Actualmente las marcas se encuentran en un momento donde es casi imposible recomendar un producto de boca en boca, y menos aún, probarlos todos para saber cuál es el bueno, por eso, las marcas intentan comunicar los valores necesarios para que cada consumidor las elija.

Las marcas ejercen una gran influencia en la vida de cada uno, representan libertad de elegir, condicionan la percepción del mundo cotidiano y reflejan valores de la sociedad (Jijena, 2012).

Las funciones de las marcas son:

- Identificación.
- Diferenciación de otros.

- Comunica el origen y la calidad del producto o servicio.
- Añade valor.
- Ayuda como recordatorio de la persona o producto en la mente del consumidor, por lo tanto, debe ser memorable.

Esto guarda relación no sólo con la gráfica sino también con la historia y la presencia de la marca. Otra de las características es que debe poder funcionar y aplicarse en diversos soportes, tamaños, como también a un solo color. Existe, además, la siguiente clasificación básica en cuanto a la marca:

- Logotipo: La palabra funciona como imagen, distintivo o etiqueta característica, es la forma única de escribir el nombre por medio de tipografía, por ejemplo, las marcas Philips, Ray Ban, etc.
- Isotipo: La imagen funciona sin texto, posee pautas culturales que superan el problema del idioma; los hay figurativos y abstractos, con tratamiento geométrico y gestual, como por ejemplo la estrella de Mercedes Benz, el león de Peugeot.
- Isologotipo: Es la interacción del logo e isotipo, a la capacidad identificadora de nombre, la versión visual agrega nuevos significados, por ejemplo: Pepsi, etc.

Al igual que los seres humanos, los servicios, los productos o la empresa se tienen una identidad, una personalidad, a la que se denomina imagen ideal, esta forma de identificar la personalidad del servicio, se la expresa diariamente, a través de distintos elementos que le dan la característica especial o única. Estos crean en la mente del receptor una imagen real, que muchas veces difiere de la imagen ideal que uno cree proyectar (Jijena, 2012).
Por esa razón, en algunas oportunidades un servicio o producto causa determinada impresión, aun sin conocerlo o haberlo probado, la mayoría de las decisiones que se toman o la opinión que los demás hacen acerca del producto o servicio, están substancialmente en la información que se envía o se capta de los distintos identificadores. Por ello, es importante dar buena imagen e intentar que la imagen ideal y la real difieran lo menos posible. En los servicios y productos la imagen que da el personal de la empresa a sus clientes está ligada a la imagen de la misma y suele considerarse tan importante como la imagen del producto o servicio en sí (Goleman, 1999).

La reputación sin duda es un capital valioso para las organizaciones y por su orden de importancia, se lo debe gestionar con el mayor rigor posible, al igual que se hace con algunos otros activos de las empresas, además debe entenderse que no es fruto de un momento o un producto, la reputación corporativa se da mediante planificaciones y estrategias a largo plazo, que pueden desembocar en resultados tales como la mejora de la economía de la empresa, el aumento del valor comercial, un escudo contra la crisis y un factor de liderazgo.

Una de las grandes ventajas es el aumento del valor comercial de los productos o servicios, ya que sirve como un factor de diferenciación con los demás productos del mercado, además ayuda también en la fidelización con los clientes, todo esto ayuda a elevar notablemente el valor de la marca. Las ventajas competitivas de la reputación corporativa consisten en que su gran potencial constituye la base de un nuevo liderazgo, y esto a se encamina a ser una organización más atractiva para los clientes, un mejor posicionamiento en el mercado y socialmente responsable.

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En esta sección se detallará las técnicas que se utilizaron para la recopilación de datos. Esta investigación es de tipo exploratoria y descriptiva, con análisis cualitativo en una encuesta dirigida al señor Cristhian del Salto en calidad de propietario del negocio y un focus group para clientes de un local; además del análisis cuantitativo con encuestas dirigidas a clientes de todos los locales. Es de vital importancia conocer la filosofía de la empresa, la razón de ser del negocio que se encuentra plasmada en la tabla 1 a continuación:

Tabla 1
Información institucional del negocio

Misión: Generar bienestar y satisfacción en los clientes a través de una experiencia original y sabrosa.	
Visión: Para el 2020 se busca incrementar la presencia de la marca en el segmento de Grill and Wings y Texmex dentro de la ciudad de Guayaquil y la provincia de Manabí, siendo el restaurante favorito por excelencia, en el que las personas se sentirán tan cómodas por su experiencia sabrosa, cálida y alegre.	
VALORES	**DEFINICIÓN**
Creatividad y Tradición	Respetar profundamente la herencia cultural que suponen las recetas tradicionales, y partiendo de su conocimiento, se emplea con criterio toda la creatividad para realizar nuevos platos y tapas, o crear nuevas versiones con el toque de alta cocina.
Profesionalidad y Pasión	Solo se cuenta con profesionales comprometidos y que disfrutan haciendo bien su trabajo. Estar siempre dispuesto a dar lo mejor, es un requisito indispensable para conseguir que la experiencia de nuestros clientes que al comer o cenar en Vivo, sea algo único y muy agradable.
Amabilidad y Cortesía	Se exige un trato cálido y educado y profesional hacia los clientes y también ese mismo trato se debe tener entre los miembros del equipo, y hacia nuestros proveedores. Se cree que para conseguir un ambiente agradable dentro, se transmite hacia fuera.
Humildad y Agradecimiento	Se tiene humildad para reconocer que siempre se puede mejorar, y además se debe contar con la voluntad y ambición para conseguirlo.
Trabajo en Equipo	Se cree en la formación, el compañerismo, en compartir la experiencia con los más jóvenes o noveles, en la comunicación, la buena organización y en el compromiso con el objetivo común de agradar, sorprender y en definitiva hacer felices a los clientes.

Elaborado por los autores

Además de contemplar los valores corporativos de Munchies Grill and Wings, se realizó un análisis FODA para tener un primer vistazo de la empresa.

Tabla 2
Análisis FODA para Munchies Grill and Wings.

FORTALEZAS

1. Imagen fortalecida en redes sociales.
2. Reconocimiento y posicionamiento de marca por su trayectoria.
3. Equipo capacitado para ofrecer un servicio al cliente de calidad.
4. Gestión adecuada de la comunicación interna para mejorar el clima laboral dentro de la empresa.
5. Gestión positiva en los canales y plataformas de comunicación y publicidad digital.

OPORTUNIDADES

1. Ampliación e innovación de sabores en el menú de los diferentes locales de la marca.
2. Mejorar la gestión del servicio al cliente y hacer más efectiva la comunicación.
3. Comunicar de forma veraz en la que los usuarios puedan interactuar con la empresa informando a la vez.
4. Crear, mejorar y utilizar nuevas tácticas para posicionar la marca de manera orgánica en el internet y las redes sociales.
5. Apertura de nuevos locales ubicados estratégicamente en la ciudad de Guayaquil y provincia de Manabí.

DEBILIDADES

1. El tiempo de respuesta en el servicio al cliente, ya que al ser un restaurante es indispensable que el servicio sea rápido y eficiente.
2. La falta de un manual de procesos del empleado dentro de la empresa.
3. La resistencia a la implementación de nuevas técnicas y herramientas a través de los canales de comunicación para la correcta gestión de las relaciones públicas.
4. No contar con un manual de identidad corporativa, resaltando la misión, visión y valores que representen a la marca.

AMENAZAS

1. La competencia en el mercado es amplia.
2. Precios menos competitivos que la competencia.
3. Falta de capacitación cuando se debe responder las inquietudes en el momento.
4. La poca credibilidad de la empresa en cuanto a la inversión en comunicación y publicidad digital.

Elaborado por los autores

Encuestas a clientes

La marca cuenta con cuenta con 22 empleados y busca expandirse, aunque la competencia es fuerte, la marca ha logrado establecerse en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, y en Manta.

Como se mencionó anteriormente, se utilizará la técnica de encuesta, que estará dirigida a los clientes de Munchies Grill and Wings, que ayudará a conocer el posicionamiento que la empresa tiene en el mercado y la imagen actual reflejada. Se consideró como población de estudio a los clientes que acuden de manera mensual a todos los locales de Munchies Grill and Wings en la ciudad de Guayaquil, en tal sentido se pudo determinar que un promedio de 1500 personas, acuden al mes al establecimiento. Según la fórmula de la muestra se obtuvo un resultado de 306 encuestas.

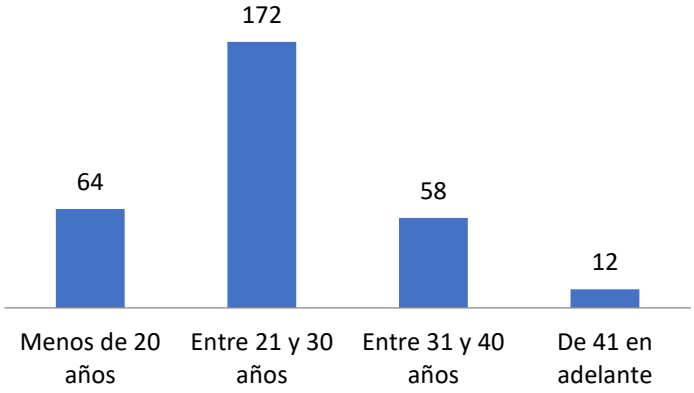


Gráfico 1. Consulta de la edad. Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings

De acuerdo a la pregunta, el 56% tiene entre 21 y 30 años, seguido de los que tienen menos de 20 años con el 21%, con el 19% los que comprenden las edades entre 31 y 40 años y por último con el 4% los que son de 41 en adelante. Se puede determinar que la población que vista Munchies Grill and Wings son jóvenes, *millenials* y generación z.

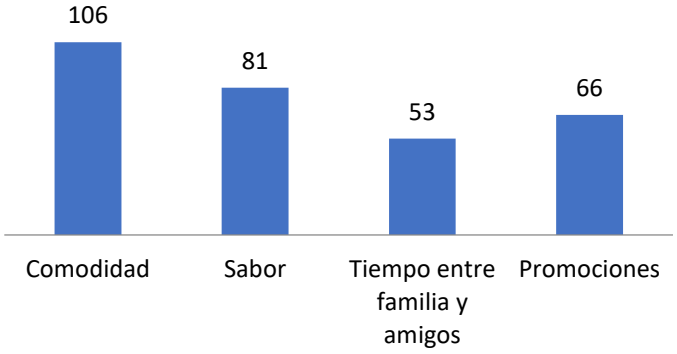


Gráfico 2. Cuando escucha el nombre Munchies Grill and Wings ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente? Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings.

De acuerdo a los datos obtenidos sobre la pregunta de qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha el nombre de la institución, la mayoría respondió que comodidad es una de las primeras palabras con el 35%, el sabor con el 26%, seguido de las promociones con el 22%, y por último el 17% pasar tiempo entre familia y amigos. Se observa además que las instalaciones están muy bien equipadas para atender a los clientes.

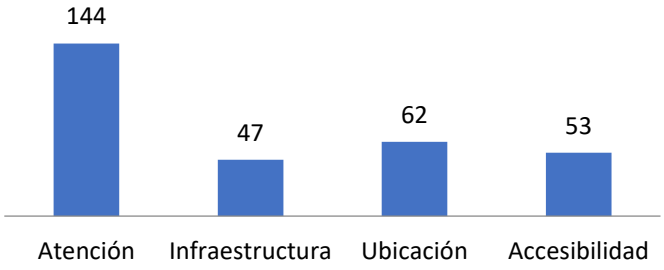


Gráfico 3. ¿Qué elementos le gustan de este restaurante? Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings.

La mayoría de los clientes valora la atención y esto es muy importante ya que va a permitir realizar las estrategias de forma más eficiente. Se entrevistó además al propietario del restaurante a cerca de las ubicaciones de los locales, y comentó que el primer local de la Garzota está ubicado estratégicamente ya que el sector estaba desatendido, tomó la oportunidad y ahora recibe mucha clientela.

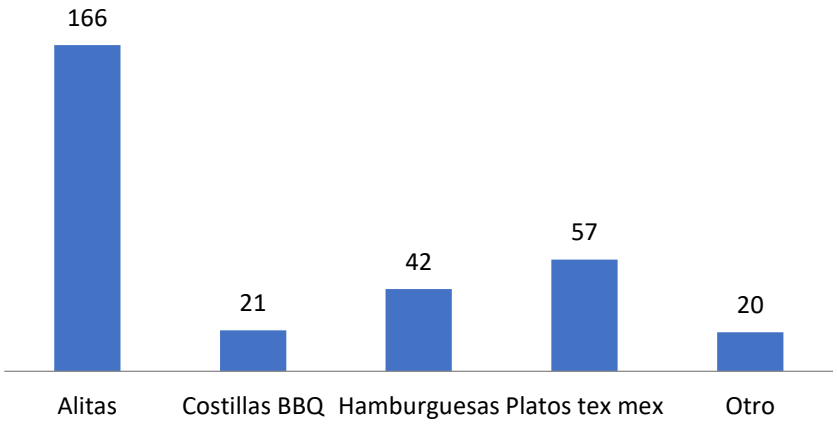


Gráfico 4. ¿Cuál es su plato favorito en el restaurant? Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings

Las alitas en el restaurante son muy apetecidas por el sabor variado que se ofrece, tales como BBQ*, honey mustard, ranch, honey chipotle* y demás, el cliente siente la sensación y explosión de sabores en su boca, seguido de los platos *tex mex* como fajitas, hamburguesas como triple salvaje y demás. Esto ha permitido al restaurante adaptar su menú a las necesidades del cliente y tener una respuesta favorable.

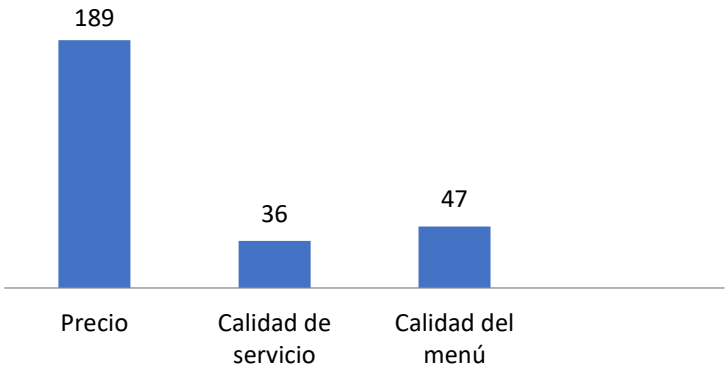
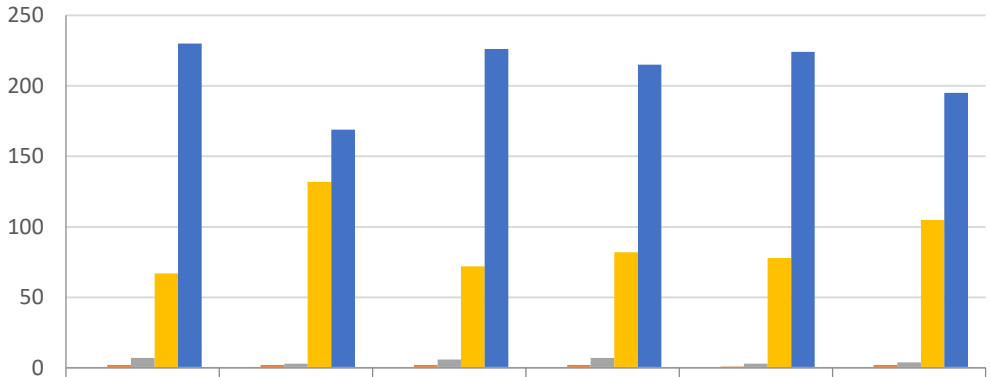


Gráfico 5. ¿Qué valora usted del restaurant? Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings.

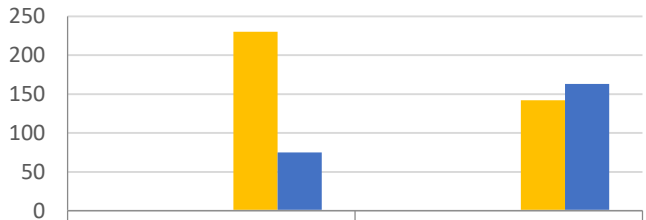
El precio es uno de los activos cuantitativos más fuertes que tiene el restaurante, ya que son económicos y competitivos, seguido el menú es muy variado y la calidad del servicio muy buena. Esto es importante reconocer que el precio es muy rentable y satisfactorio, por lo que, hace al restaurante más competitivo y genere mayor presencia en el sector.



	Sabor	Temperatura del plato	Variedad de platos	Porciones adecuadas	Temperatura de bebidas	Tamaño de bebidas
Muy malo	0	0	0	0	0	0
Regular	2	2	2	2	1	2
Bueno	7	3	6	7	3	4
Muy bueno	67	132	72	82	78	105
Excelente	230	169	226	215	224	195

Gráfico 6. Valoración de la calidad del menú, donde 1 es muy malo y 5 excelente. Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings.

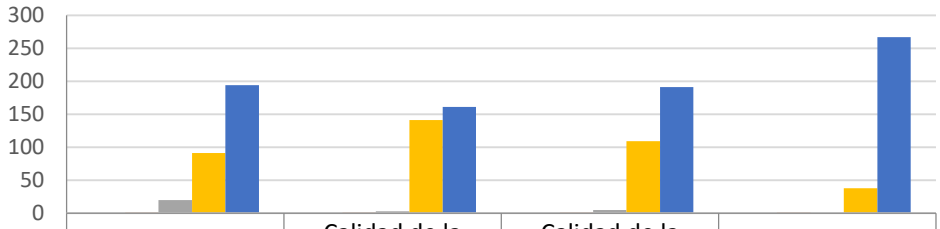
La valoración de esta pregunta mayormente está clasificada en excelente; uno de los puntos fuertes de la marca es el sabor y todas las características mostradas en estas preguntas, afirman dichos resultados.



	Paciencia tomando pedidos	Educación de empleados
Totalmente en desacuerdo	1	1
En desacuerdo	0	0
Indiferente	0	0
De acuerdo	230	142
Totalmente de acuerdo	75	163

Gráfico 7. Valoración de atención recibida de parte del personal. Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings.

Se determinó que los empleados son educados, corteses y hablan claramente; que son pacientes tomando el pedido, confirmando que la atención al cliente es la prioridad de Munchies Grill and Wings, por lo que es indispensable, además, realizar capacitaciones adecuadas para dar un servicio de calidad, creando una cultura centrada en el cliente, eliminando falencias que pueden ser a corto plazo determinantes a la hora de captar clientes.



	Atención Recibida	Calidad de la comida	Calidad de la bebida	Precio
Muy malo	0	0	0	0
Regular	1	1	1	1
Bueno	20	3	5	0
Muy Bueno	91	141	109	38
Excelente	194	161	191	267

Gráfico 8. Valoración general de servicios. Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings.

Se determinó que más allá del sabor, la calidad, el precio y la atención son vistas positivamente por los clientes, esto ayudará a determinar las estrategias adecuadas de publicidad digital que serán favorables para la correcta gestión de la comunicación y la forma de comunicar en varios canales.

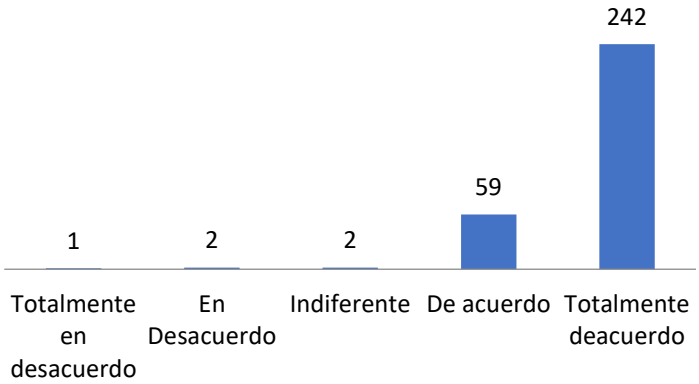


Gráfico 9. ¿Recomendaría el restaurant? Fuente: Encuesta realizada a clientes de Munchies Grill and Wings.

La mayor parte de los encuestados recomendaría el restaurante, puesto que tiene una buena imagen, pero más allá de todos estos puntos, se requiere establecer estrategias de relaciones públicas para poder gestionar de forma más adecuada la identidad de la empresa.

Entrevista a propietario de la marca

Tabla 3

Resumen de entrevista al propietario de la marca

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Qué tipo de comunicación existe en la empresa?	Las redes sociales han sido muy importantes dentro del desarrollo de nuestro posicionamiento como empresa en la ciudad, con nuestras promociones y menú variado, se ha logrado ser uno de los restaurantes más reconocidos en la ciudad de Guayaquil, pero a pesar de esto, no contamos con una imagen corporativa adecuada que nos ayude a lograr identificarnos dentro de nuestros clientes.
¿Qué estrategias de comunicación utiliza para generar un incremento en las ventas?	Como propietario, hasta hace 1 año contábamos con un *Community Manager* que nos ayudaba a gestionar la comunicación en las redes sociales, pero en vista del mal manejo de la misma (no contestaba mensajes, subía publicaciones en horas que la gente no veía, etc.) se lo tuvo que despedir, y yo decidí manejar las redes sociales por mi cuenta, simplemente contratando fotógrafos profesionales para la imagen de nuestros platos, más allá de esto, se han podido incrementar las ventas gracias a los referidos, y personas que ya conocen nuestra empresa.
¿Cuál es su criterio sobre el posicionamiento de la marca?	Muy simple, mejorar nuestra presencia en el mercado y la mente del cliente, que regrese.

Elaborado por los autores

Durante la entrevista, el propietario se mostró muy confiado y seguro del reconocimiento de la empresa en el mercado, y a pesar de no contar con un adecuado manejo de imagen, considera que las redes sociales más allá de influir en la atracción de clientes y generación de ventas, son los canales propicios para continuar con la comunicación de la empresa; la calidad y sabor del menú es el valor agregado en su restaurante, puesto que, siempre innova en sus platos y precios competitivos en el sector de comidas rápidas.

De hecho, uno de los puntos fuertes del restaurante ha sido siempre el concepto que manejan, la comida americana, pero no cuenta con una identidad y gestión adecuada de las herramientas de comunicación, solo maneja las redes sociales para captar clientes y recomendaciones. Por esta razón, se observa que es necesaria la implementación de estrategias por nuevos canales de comunicación para llegar a una audiencia más amplia y tener un mayor reconocimiento de marca.

Grupo Focal a clientes

Dirigido a: Clientes que visitan los locales de Garzota y Guayarte. **Duración:** 40 minutos.

Tabla 4

Grupo focal dirigido a consumidores de los locales en Garzota y Guayarte

PLATO FAVORITO	
Participante 1	Hamburguesas
Participante 2	Alitas

Participante 3	Platos *tex mex*
Participante 4	Piqueos
Participante 5	Alitas
¿EL PRECIO INFLUYE EN EL MOMENTO DE DECISIÓN DE COMPRA DE COMIDA EN UN LOCAL?	
Participante 1	Sí, claro que sí.
Participante 2	Sí.
Participante 3	Creo que sí.
Participante 4	Sí, porque por lo general es caro.
Participante 5	No
PRIMERA PALABRA AL ESCUCHAR MUNCHIES GRILL AND WINGS	
Participante 1	Comida americana.
Participante 2	Alitas BBQ
Participante 3	Comida americana.
Participante 4	Ganas de comer algo (traducido de la palabra Munchies, en inglés)
Participante 5	Precio económico.
¿SIGUEN A LA EMPRESA EN LAS REDES SOCIALES FACEBOOK/INSTAGRAM?	
Participante 1	Sí.
Participante 2	Sí.
Participante 3	Sí.
Participante 4	Sí.
Participante 5	Sí.
¿CUÁL ES LA PRIMERA IMPRESIÓN QUE TIENEN AL MOMENTO DE VISITAR EL LOCAL?	
Participante 1	Estilo temático americano.
Participante 2	Diseño de interiores, colores, cuadros, menú.
Participante 3	Limpieza.
Participante 4	Comodidad.
Participante 5	Estados Unidos de los 80.
¿QUÉ LE CAMBIARÍAN AL MENÚ DE LA EMPRESA?	
Participante 1	Le agregaría más platos.
Participante 2	Nada, está muy bueno.
Participante 3	Todo está muy bien.
Participante 4	Más variedad de comida americana, no solo hamburguesas, costillas y alitas.
Participante 5	Mas cócteles.
¿QUÉ ES LO QUE MÁS VALORAN: SERVICIO, TAMAÑO POR PORCIÓN, VARIEDAD DE OPCIONES, HIGIENE DEL ESTABLECIMIENTO, INFRAESTRUCTURA/AMBIENTE?	
Participante 1	Servicio
Participante 2	Servicio
Participante 3	Infraestructura/ambiente

Participante 4	Tamaño de porción
Participante 5	Higiene del establecimiento
¿CÓMO CALIFICAN EL SERVICIO Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN QUE BRINDA EL RESTAURANTE?	
Participante 1	Muy bueno
Participante 2	Excelente
Participante 3	Bueno
Participante 4	Excelente
Participante 5	Muy bueno
¿RECOMENDARÍAN LA MUNCHIES A OTRAS PERSONAS?	
Participante 1	Sí
Participante 2	Claro que sí
Participante 3	Por supuesto
Participante 4	Recomendadísimo
Participante 5	Claro

Elaborado por los autores

Se generó preguntas abiertas y posteriormente los resultados se evaluarán contrastándolos con los objetivos de la investigación. Munchies Grill and Wings se encuentra posicionada en la mente del consumidor por el profesionalismo, el buen servicio, calidad y sabor de sus platos. La mayoría estuvo de acuerdo que las hamburguesas son su comida favorita, por lo que, en la pregunta del menú, dijeron que sería bueno poner más opciones de menú. Se necesita reestructurar pequeños puntos débiles para gestionar e implementar las correctas herramientas y tácticas de imagen en la empresa.

PROPUESTA

Parte de la propuesta según esta investigación, se presenta de la siguiente manera:

PLAN DE CAPACITACIONES	
ESTRATEGIA	Capacitar y motivar al personal interno creando un manual en el que existan políticas para hacer la comunicación más afectiva y efectiva.
RESPONSABLE	Departamento de Comunicación y Publicidad.
PÚBLICO	Personal interno de la empresa.
CANAL DE COMUNICACIÓN	Charlas semanales (y personalizas de ser necesario). Reglamento interno al finalizar los talleres.
PRESUPUESTO APROXIMADO	$1774,75 por 3 meses
INDICADORES	Número de colaboradores capacitados

ACCIONES A DESARROLLAR	**Plan de capacitación:** - Misión, visión y valores Munchies Grill and Wings. - Tipos de liderazgo. - Técnicas para trabajar en equipo. - Consejos prácticos personalizados para clientes especiales. - Desarrollar una mejor actitud en los colaboradores. - Imagen personal para el crecimiento empresarial. - Dinámicas de integración.

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA	
ESTRATEGIA	Optimizar la imagen corporativa que permita el posicionamiento de la marca del restaurante.
RESPONSABLE	Departamento de Comunicación y Publicidad.
PÚBLICO	Personal interno de la empresa.
CANAL DE COMUNICACIÓN	Comunicación interna, redes sociales.
PRESUPUESTO APROXIMADO	$2,500 (tiempo estimado 2 meses).
INDICADORES	
ACCIONES A DESARROLLAR	**Plan de acción:** - Reformar la identidad corporativa. - Renovar imagen corporativa, línea gráfica y manual de imagen. - Crear contenido interactivo para los usuarios. - Aumentar los usuarios y su interacción. - Crear objetivos para campañas variadas.

COMUNICACIÓN EXTERNA REDES SOCIALES (PUBLICIDAD DIGITAL)	
ESTRATEGIA	Implementar publicidad y marketing digital para comunicación masiva.
RESPONSABLE	Departamento de comunicación y publicidad.
PÚBLICO	Comunidad digital.
CANAL DE COMUNICACIÓN	Redes sociales: Facebook e Instagram.
PRESUPUESTO APROXIMADO	$6410 (3 meses)

ACCIONES A DESARROLLAR	Plan de acción: - Crear nuevas estrategias de comunicación masiva como redes sociales. - Crear contenido interactivo para los usuarios. - Aumentar los usuarios y su interacción. - Crear estrategias de campaña para fidelizar al cliente. - Invertir en publicidad pagada en redes sociales.

FREE PRESS	
OBJETIVO	Establecer vínculos de largo plazo con los *stakeholders* para posicionar la imagen e identidad de la empresa.
RESPONSABLE	Departamento de comunicación y publicidad.
PÚBLICOS	Proveedores, clientes, colaboradores.
CANAL DE COMUNICACIÓN	Redes sociales, *mailing,*
PRESUPUESTO APROXIMADO	$2,000 (3 meses)
ACCIONES A DESARROLLAR	Plan de acción: - Crear una base de datos de periodistas, blogueros, influencers. - Guía de medios (radio y tv) - Invitación a eventos a los influencers. - Generar notas de prensa con contenido de interés para la audiencia. - Patrocinio de eventos con órdenes de consumo. - Socialización de la imagen de la empresa con los *stakeholders.* - Convocar eventos Munchies Grill and Wings.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de los resultados, la acogida de los clientes de Munchies Grill and Wings es muy satisfactoria, en todos los aspectos, tanto como en calidad culinaria y de servicio, que son factores vitales en una empresa.

Por otra parte, de acuerdo a las estrategias a realizar se debe tomar como consideración la importancia de una imagen e identidad corporativa más clara, que permita a la empresa poder usar su imagen renovada y fresca para dar un mensaje más certero de lo que se desea transmitir.

Mediante estrategias de Relaciones Públicas, se busca dar a conocer a la audiencia, al público interno de la marca y gestionar de forma adecuada toda la comunicación relacionada a la empresa, generando una mayor conexión entre todas las partes involucradas: consumidor, empleado y el dueño, incrementando la confianza que, actualmente, es vital no solo para captar la atención del consumidor, sino también para fidelizarlo, y esto se podrá realizar a través de la imagen que se tenga de la marca.

Es necesario y vital para la empresa implementar un plan estratégico de comunicación. Que los colaboradores, estén siempre en capacitaciones y cursos de atención al cliente para que esto sea una ventaja competitiva. También, se debe implementar un manual del empleado con las correctas directrices a seguir en los procesos del trabajo, tanto en los valores institucionales como en la forma de comunicar el proceso de adaptación a nuevos sistemas de comunicación interpersonal, esto permitirá a la empresa formar empleados identificados con la imagen corporativa de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ahearne, M. (2005). Antecedents and Consequences of Customer-Identification: Expanding the Role of Relationship Marketing.

Costa, J. (2006). La imagen corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires: La Grujía.

Enrique, A. (2008). La planificación de la Comunicación empresarial. Barcelona: Servei de publicacions.

Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). Estrategia de Marketing. México D. F.: Cengage Learning Editores.

Fombrun, C. (1996). Reputation: Realizing value from the Corporate Image. Boston.

Goleman, D. (1999). La inteligencia emocional en la empresa. Buenos Aires: Vergara.

Jijena, R. (2012). Imagen profesional y corporativa. Bogotá: Ediciones de la U.

Peters, T. (2014). The Circle of Innovation. Nueva York: Knopf.

Sánchez, J., Pintado, T. (2009). Imagen Corporativa. Madrid: Editorial ESIC.

010. EL MUNDO QUE ESTAMOS CONSTRUYENDO: REALIDADES Y VIRTUALIDADES.

Autores:

Lic. Carlos Alberto Samaniego Torres
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Ecuador
carlos.samaniegot@ug.edu.ec

María Viviana Murillo Párraga
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Ecuador
maria.murillopa@ug.edu.ec

Gustavo Cosme Rennella Maridueña
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Ecuador
gustavo.rennellama@ug.edu.ec

Betty Sarita García Bohórquez
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Ecuador
betty.garciab@ug.edu.ec

RESUMEN:
El siguiente artículo se propone analizar el mundo que estamos construyendo donde la virtualidad es parte de la realidad y de cómo la vivencia del ser humano en el *Ciberespacio,* con la interacción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC, contribuyen en su paso por el fino hilo de lo real y lo virtual. Utilizando definiciones de no – lugar, realidad, virtualidad del PhD. Diego Sebastián Levis y PhD. Carlos Ruiz, y junto con los aportes de ecología de los medios del PhD. Carlos Alberto Scolari, se analiza un mundo de entornos modelados y construidos, desde el gran marco de la metáfora biológica situada en la propuesta ecológica antes referida. Buscador insaciable de conocimiento y de la transmisión de saberes en el tiempo y el espacio, el hombre actualmente utiliza el lenguaje binario para regular distintos tipos de comportamientos y funciones. En ese ir y venir de acciones la máquina le ha hecho creer que es poseedora de poderes divinos, mostrándole un mundo donde la realidad no es más que una escena virtual. El ser humano está sumergido en un mundo centrado en la virtualidad constituida de imágenes y lo que se muestra puede engañar fácilmente y de manera perfecta.

Palabras clave: No lugar, Realidad, Virtualidad, Imagen, Ciberespacio.

Abstract

The following article aims to analyze the world we are building where virtuality is part of reality and how the experience of the human being in Cyberspace, with the interaction of Information and Communication Technologies - ICT, contribute in its passage for the fine thread of the real and the virtual. Using definitions of non - place, reality, virtuality of the PhD. Diego Sebastián Levis and PhD Carlos Ruiz, and together with the contributions of ecology of the PhD media. Carlos Alberto Scolari, a world of modeled and constructed environments is analyzed, from the great framework of the biological metaphor located in the ecological proposal mentioned above. Insatiable search engine for knowledge and the transmission of knowledge in time and space, man currently uses binary language to regulate different types of behaviors and functions. In that comings and goings of actions the machine has made him believe that he possesses divine powers, showing him a world where reality is nothing more than a virtual scene. The human being is immersed in a world centered on virtuality constituted by images and what is shown can easily and perfectly deceive.

Key words: No place, Reality, Virtuality, Image, Cyberspace.

INTRODUCCIÓN

En la búsqueda permanente de desarrollo de las sociedades, el hombre ha mostrado interés en evolucionar cada vez más rápido, sin perder el conocimiento y recogiendo día a día, todo tipo de información que sea de su interés, desde una realidad vivida a lo largo de su tiempo y de su espacio, sin embargo, el homo – sapiens, que pasó a ser homo – videns, y que finalmente es homo – ficta, actualmente camina diariamente por una línea imaginaria que es el límite entre lo real y lo virtual, con ayuda de las tecnologías de la información y la comunicación – TIC.

Las máquinas, se han convertido en un aliado estratégico y en el medio de transporte para entrar y salir fácilmente de la realidad a la virtualidad y viceversa. En esa búsqueda se va anulando el tiempo y el espacio, elementos que conforman el origen de las civilizaciones originarias, vinculadas con la percepción de lo real, quienes no tenían las facilidades tecnológicas en su contexto o no ambicionaban establecerse en espacios irreales.

Civilizaciones que daban privilegio a lo físico, a lo vivido, riqueza a sus experiencias, a sus sentidos que engrandecían sus realidades y no daban cabida a simulaciones compuestas por imágenes diseñadas y foto montadas por terceros, habían manifestado que la experiencia sensorial es engañosa y que es necesario recurrir a la razón para corregir los errores de la percepción y el establecimiento de la verdad.

El homo – ficta habita paralelamente en dos mundos, uno real, físico, tangible; y uno virtual, intangible, llamado ciberespacio, visto como un cadejo de cables que constituye un no-lugar que sirve a los fines de una comunicación exilia que, implica una separación con la tradición. Una telaraña global, donde los que cruzan al otro lado de la pantalla, tienen la posibilidad de deambular sobre la delgada línea que separa la realidad de la virtualidad, de manera cotidiana y doméstica.

Todos tienen un tiempo, estamos compuestos de materia y habitamos en un espacio físico. La pantalla es la cara exterior de un mundo espectral que inquieta y que atrae, pero rompiendo la pantalla no conseguiríamos introducirnos en el interior, que paradójicamente y dramáticamente tiende a estar totalmente vacío. La simulación digital se convertirá en una condición necesaria de lo real, hasta el punto de llegar a ser, en cierto sentido, más real que lo real, un mundo que estamos construyendo, lleno de realidades y virtualidades.

1.- ENTORNOS MODELADOS

Como podrá notar el atento lector, con el fin de comprender y analizar la comunicación humana y sus entornos, varios auores como los referidos en el presente artículo de teoría fundamentada, han estudiado a las sociedades desde los alcances que ofrece la metáfora ecológica, así como de las interacciones de los seres humanos con elementos socio-culturales que le rodean, asi también entendiéndolo como metáforas.

Es así que, el análisis de la comunicación se ha basado en distinas analogías y alegorías por parte de autores como Neil Postman, al analizar a los medios como ambientes, Marshall McLuhan de los medios como extensiones del cuerpo humano, Lewis Mumford de la articulación de lo orgánico con lo técnico (dado el desarrollo tecnológico de la modernidad).

De hecho, así lo afirma el autor de “ecología de los medios” cuando menciona que “estos recursos retóricos son muy útiles para dar sentido a los nuevos fenómenos que de otro modo serían casi imposibles de interpretar. Las metáforas generan categorías, organizan procesos y establecen oposiciones y jerarquías” (Scolari, 2015, pág. 27). No es entones, una novedad que, al hacer alusión al sistema ecológico, se haga referencia a términos como evolución, entornos, reproducción biológica, entre otros.

Según (Levis, 2014), el ser humano ha desarrollado la capacidad de crear y utilizar infinitas herramientas y símbolos para comunicarse, expresarse o controlar la naturaleza –la externa y la propia-, capacidad denominada “técnica”, considerada como la hacedora de la humanidad. “Si existe un hombre es porque una tecnología lo ha hecho evolucionar a partir de lo pre-humano. Ella es la verdadera productora de seres humanos, o el plano sobre el cual puede haberlos” (Sloterdijk, 2006).

Por miles de años el ser humano ha habitado muchos entornos, desde el natural, pasando por el social, psicológico, escolar, sociocultural, familiar, hasta llegar al virtual, donde el ciber - habitante vive en un mundo de entornos modelados y construidos (Levis, 2014, pág. 181). Es decir, somos los que hemos hecho de nosotros mismos, somos seres culturales.

> El hombre no es una mera criatura del aquí y del ahora: es un espejo del infinito y de la eternidad. A través de la experiencia de la vida, a través de sus artes y ciencias y filosofías y religiones el crudo mundo de la naturaleza se elevó a la conciencia de sí mismo, y la vida encontró un tema para la existencia, amén de la interminable transformación orgánica y reproducción biológica. Cuando el hombre deja de crear, deja de vivir. (Munford, 1968, pág. 158)

El hombre siempre buscó asegurar la transmisión de saberes en el tiempo y el espacio, utilizando para ello el lenguaje oral y diversas formas de expresión como la pintura, la escultura, la escritura, el grabado, la fotografía y otras herramientas de creación y recreación hasta las actuales que implican las tecnologías, capaces de reproducir, representar, crear y transmitir conocimientos de diversos orígenes y características, utilizando exclusivamente como codificación el lenguaje binario, un código que regula distintos tipos de comportamientos y funciones actualmente.

Así lo reafirma Carlos Scolari:

> La ecología de los medios no se concentra en ningún medio en especial –es una teoría *transmedia* a todos los efectos- ni a un período de tiempo limitado: su reflexión comienza con la aparición del lenguaje, sigue con la transición de la oralidad a la escritura, llega hasta nuestros agitados días de vida digital y en algunas ocasiones no renuncia a delinear escenarios futuros. (Scolari, 2015)

Levis (2014) afirma que “detrás de todo medio técnico siempre hay un ser humano”, es decir que no se debe magnificar a la misma en nuestras vidas. “Sobrevaloramos el instrumento técnico: la máquina se ha convertido en nuestra principal fuente de magia y nos ha hecho abrigar la falsa creencia de poseer poderes divinos” (Munford, 1968, pág. 138).

En la búsqueda incesante del perfeccionamiento tecnológico, se va anulando el tiempo y el espacio, condiciones de las civilizaciones primitivas, vinculadas también con la percepción de lo real. “Lo que se crea con la técnica -denominado artificial- , se añade a la naturaleza, transformándola, afectando el proceso, la percepción de la realidad” (Levis, 2014, pág. 182).

2.- LA REALIDAD COMO ESCENA VIRTUAL

Desde una perspectiva teológica, la realidad en su conjunto, es una creación divina. Algo que prácticamente se repite en todas las culturas, bajo diferentes formas. Sin embargo, el pensamiento helénico, en su incesante búsqueda del conocimiento, introduce un nuevo componente: la razón. El razonamiento, avío base del universo que se transforma para descubrir la realidad intima. Para la mente griega “todo el Universo, o la naturaleza, es una unidad que incluía el universo físico, moral y religioso juntamente” (Kitto, 1951, pág. 265).

> Un universo cuya realidad verdadera para Platón (428 a.C.-348 a.C.), no se encuentra en las apariencias de las cosas, sino en las ideas, la más alta de las cuales es el Bien, al que atribuye una naturaleza divina, que puede ser identificada con Dios. (Levis, 2014, pág. 183)

Según Kitto (1951), “el conocimiento verdad suprema que aparta al hombre del mal, es el conocimiento del Ser, del Bien, virtualmente de Dios” (Kitto, 1951, pág. 267). Sin embargo, para Platón, la realidad física, puede ser sólo una sombra de su propio y verdadero Ser: las ideas, producto de la Razón de cada individuo. Parménides (h.540 a.C. – h. 450 a.C), ya había manifestado que la experiencia sensorial es engañosa y que es necesario recurrir a la Razón para corregir los errores de la percepción y el establecimiento de la verdad (Levis, 2014, pág. 185).

Así lo afirma Rudolf Arheim: “los griegos aprendieron a desconfiar de los sentidos, pero nunca olvidaron que la visión directa es la fuente primera y última de la sabiduría” (Arheim, 1986, pág. 26). Descartes (1596 – 1650), inclinándose a la perspectiva de Platón, asevera que el único axioma que debe incidir en el hombre es la razón, elemento base del racionalismo moderno.

Sin embargo, Berkeley (1685 – 1753), considera que no es sensato hablar de la existencia absoluta de los objetos y de los cuerpos, debido que, no existen más que en la mente de quien los percibe. El Ser, en consecuencia, es percibido. Según Berkeley nada existe si no es pensado, o sólo existe en la mente de un espíritu eterno.

David Hume (1711 – 1776), acota que la experiencia –directa o indirectamente- nutre constantemente de elementos a parte de nuestra conciencia, no así la razón, puesto que, con su uso, nos permite descubrir relaciones entre causas y efectos de los fenómenos. “Si el conocimiento estriba de la capacidad de interpretar una realidad previa e independiente al conocimiento, ¿cuáles son los medios a través de los cuáles valoramos esa realidad?” (Levis, 2014, pág. 186).

Si fuese la razón la respuesta, la pregunta sería ¿de qué modo podemos asegurar la validez de nuestro juicio? ¿A dónde situamos la influencia de la afectividad? ¿Acaso no obtenemos conocimiento no sólo a través de nuestra experiencia, sino también de la experiencia de los

otros? ¿Forma parte el Ser de esta realidad previa? Si fuese así, ¿Cómo adquiere certeza de su propia existencia? ¿Es posible alguna certeza? Según Wittsgentein, la certeza es subjetiva.

> (…) con la palabra “cierto” expresamos la convicción absoluta, la ausencia de cualquier duda y tratamos de convencer a los demás. Eso es una certeza subjetiva. Pero ¿cuándo es una cosa objetivamente cierta? – Cuando el error no es posible – Pero, ¿qué tipo de posibilidad es esta? ¿No ha de quedar el error excluido lógicamente?” (Wittsgenstein, 1988, pág. 194)

La dificultad que tiene el ser humano para construir una idea fiel y objetiva de la realidad, está determinada por los límites que establece la naturaleza subjetiva de nuestra percepción. Dado que tenemos nuestros propios modos de ver las cosas, no podemos representarnos un mundo que no hayamos experimentado.

Según Scolari, McLuhan reiteradamente replicaba que:

> Los medios forman un ambiente o entorno sensorial (un médium) en el cual nos movemos como pez en el agua; no nos damos cuenta de su existencia hasta que, por algún motivo, se vuelven visibles. (…) Los humanos modelamos los instrumentos de comunicación, pero, al mismo tiempo, ellos nos remodelan sin que seamos conscientes de ello (Scolari, 2015)

Según Diego Levis (2014), en la cultura occidental se evidencia la incapacidad para encontrar una definición general de la realidad, que desde hace siglos, busca una explicación racional de todos los fenómenos, incluidos aquellos nacidos en el espíritu de cada uno de los seres humanos, desde el amor, el sueño al deseo, entre otros; nada escapa a la voluntad racionalista, fenómeno cuyo reverso es la estigmatización de todo aquello que, por un motivo u otro, se considera no razonable. Sin embargo, Wittgenstein enfatiza que:

> (…) no llamaríamos razonable a quien creyera algo contrario a la evidencia científico (…) lo que las personas consideran razonable o no razonable, cambia. Una cosa que les parece razonable a los hombres de cierta época les parece irracional en otra y al contrario. (…) Personas muy inteligentes y muy cultas creen en el relato bíblico de la creación y otras lo consideran manifiestamente falso y las razones de estas últimas son bien conocidas por los primeros. (Wittsgenstein, 1988, pág. 324 y 326)

Es de esta manera como la realidad adquiere la forma de una escena virtual, donde todo adquiere existencia y lo que cambia es la naturaleza de las realidades a considerar. Precepto que aleja a la idea universal y relacionada de la realidad, que erróneamente asimila lo real con lo verdadero y al mismo tiempo, lo verdadero con lo material, puesto que virtualidad y realidad no se oponen, debido que lo virtual constituye, al igual que su opuesto lo actual, una parte de lo real.

Sin embargo, Levis señala que:

> Tan real puede ser lo verdadero como lo falso, lo material como lo inmaterial, el modelo como su representación, lo experimentado como lo no experimentado, lo natural como

> lo artificial, lo percibido como lo no percibido, en tanto unos y otros sean potencial, virtualmente compartibles. (Levis, 2014, pág. 189)

Desde la perspectiva de Russell se puede decir que mientras soñamos, podemos pensar que estamos despiertos y que cuando despertamos sabemos realmente que estamos despiertos, lo cierto es que no hay una certeza de aquello, sin embargo, el autor declara que: “no creo que yo esté soñando ahora pero no puedo probar que no lo estoy. Pero estoy totalmente seguro de que estoy teniendo ciertas experiencias, sean las de un sueño o las de la vigilia” (Russell, 1983, pág. 182).

3.- EL TIEMPO: REALIDAD, VIRTUALIDAD E IMÁGENES

Levis (2014) afirma que un elemento importante en la construcción de la realidad es el tiempo y el espacio del cual depende la existencia en sí y por si de lo real. “Toda experiencia está estructurada y delimitada por el tiempo y el espacio o por categorías derivadas del tiempo y del espacio” (Levis, 2014, pág. 190). Arheim, complementa esta idea afirmando que “la actividad de todos los sentidos es imprescindible para el funcionamiento de la mente” (Arheim, 1986, pág. 32). Y Heidegger expresa que el “tiempo es aquello en lo que se producen acontecimientos” (Heidegger, 1999, pág. 29).

Según Levis (2014) “El tiempo presencia inaprensible pero absoluta y condición general de toda vida, angustia al ser humano desde el mismo momento en que toma conciencia de que su discurrir destruye toda gratificación duradera e inexorablemente lo conduce hacia la muerte” (Levis, 2014, pág. 192). En la lucha incesante contra el tiempo, el ser humano ha olvidado que el mismo no puede ser detenido o suprimido, salvo la eternidad, siempre y cuando la eternidad no sea algo diferente al vacío.

A lo largo de la historia de la humanidad, el tiempo ha unificado a todas las culturas para combatirlo, con la esperanza de librase de su peso y de su paso, que los reduce al silencio y los lleva al olvido (Levis, 2014), sin embargo, “mientras subsista este deseo, puede decirse que el hombre moderno conserva aún, al menos, ciertos residuos de un comportamiento mitológico” (Eliade, 1981, pág. 200).

Borges manifiesta fastuosamente la conmoción y atribulación que produce el transitar despiadado del tiempo en los hombres, suplicio con el cual todos nacen, encierro en el cual se vive, principio y fin del ser finito, de los mortales.

> Negar la sucesión temporal, negar el yo, negar el universo astronómico son desesperaciones aparentes y consuelos secretos. Nuestro destino (a diferencia del infierno de Swedenborg y del infierno de la mitología tibetana) no es espantoso por irreal: es espantoso porque es irreversible y de hierro. El tiempo es la sustancia de la que estoy hecho. El tiempo es un río que me arrebata, pero yo soy el río; es un tigre que me destroza, pero yo soy el tigre; es un fuego que me consume, pero yo soy el fuego. (Borges, 1980, pág. 200)

Sólo el ser humano conoce cuál va a ser el resultado que le depara cada vez que el tiempo transcurre, los demás seres, desconocen que depara el transcurrir cíclico del mismo, puesto que irremediablemente para todos cada día que transcurre, se escapa nuestra existencia.

Pues se debe estar consciente que “el nacimiento, la vida y la muerte son tres etapas del camino del tiempo que nos habita, nos nutre y nos lleva. Un camino sin retorno posible” (Levis, 2014, pág. 193). El tiempo no regresa y en el futuro se encuentra la muerte -***Tempus non revertetur: et in mortem futura est***-.

El hombre vive con incomodidad y malestar su condición mortal, puesto que desde la antigüedad ha querido poseer el secreto de la inmortalidad en una carrera contra el tiempo, sin estar consciente de que el costo de hacerlo significaría anular el ciclo natural de la vida, para controlar una no – vida, un no – tiempo, un eterno presente. “Una vez que se define el tiempo como tiempo de reloj, desaparece toda esperanza de alcanzar jamás su sentido originario” (Heidegger, 1999, pág. 55).

Desde la perspectiva de Levis (2014), en la naturaleza abstracta pero contundente, real e implacable, el tiempo ha arrancado al ser humano de su candidez originaria, transformándolo en un insaciable buscador de conocimiento en un círculo infinito compuesto de pasado, presente y futuro, donde el homovidens quiere colonizar el ahora.

Como bien lo señala Sartori (2012), “Todo progreso tecnológico, en el momento de su aparición, ha sido temido e incluso rechazado” (Sartori, 2012, pág. 35). Y se sabe que todo cualquier innovación puede causar molestia debido al cambio de órdenes constituidos, sin embargo, no se debe, ni se tiene que generalizar. Uno de los mayores inventos más protestados, fue sin duda el de la máquina.

Según Levis (2014), su aparición provocó un miedo profundo, debido que se creía que la misma iba a sustituir al hombre. El tiempo al poder distribuirse y medirse su uso, adquirió un valor económicamente cuantificable que favoreció el desarrollo del trabajo mecánico, el mismo que se comenzó a pagar por horas y no por tarea realizada.

Y el autor sostiene que:

> En la actualidad, todo el sistema social alienta la velocidad y la cantidad: los robots industriales, los coches, los aviones, los trenes, las computadoras, las redes de telecomunicaciones, todo ha de ir cada vez más rápido y en mayor cantidad. Búsqueda compulsiva de la velocidad y de la cantidad que dificultan la interpretación de los hechos y de las palabras, imponiendo una superficialidad que impide su comprensión. Desde esta perspectiva, la velocidad se puede considerar una forma de amnesia (Levis, 2014, pág. 198).

El progreso tecnológico se ha visibilizado a lo largo de dos siglos, y nos ha sumergido en la edad de la cibernética, llevándonos a la edad multimedia, donde los medios de comunicación son numerosos, donde el ordenador es el nuevo soberano, que ha ordenado la digitalización de todos, unificando la palabra, el sonido, las imágenes, inclusive las realidades sean estas simuladas o virtuales.

Así tenemos que el ordenador nos enseña imágenes imaginarias, donde la llamada “realidad virtual es una irrealidad, que se ha creado con la imagen y que es realidad sólo en una pantalla, entonces se puede visualizar que lo virtual, las simulaciones amplían

desmesuradamente las posibilidades de lo real; pero no son realidades" (Sartori, 2012, pág. 37).

Es decir, la virtualidad miente; el ser humano inmerso en un mundo con mucha información y desinformación está tratando con puntos negativos en una realidad donde la virtualidad es un pequeño mundo con un gran alcance a través de la ayuda de las nuevas tecnologías. No obstante, según Walter Cronkite, la imagen no miente. No miente, no puede mentir porque, la imagen es la que es y, por así decirlo, habla por sí misma. Si fotografiamos algo, ese algo existe y es como se ve.

No hay duda de que quien observa una realidad, virtualidad o imagen, vive la sensación de que lo que ve, es verdadero y lo observado es tal cual lo está digiriendo. A pesar de eso, la imagen puede ser falseada, alterada o modificada y presentada en cualquier plataforma o medio. "La diferencia es que la fuerza de la veracidad inherente a la imagen hace la mentira más eficaz y, por tanto, más peligrosa" (Sartori, 2012, pág. 103). El ser humano está sumergido en un mundo centrado en la imagen, y lo que se muestra puede engañar fácilmente y de manera perfecta.

George Steiner señala que el intento de teorizar no es más que una intuición impaciente. Y esa cautela la debemos extremar cuando somos testigos a un cambio de mundo. La transformación profunda que presenciamos es quizás la única certeza de una realidad cambiante, escurridiza, que no se deja aprehender. "Y esa cautela debe extremarse cuando se tiene sospecha de que todo lo que modelará a las sociedades en el tiempo, está ocurriendo ahora, bajos nuestros pies, se lo puede intuir, pero no se lo puede ver" (Ruiz Caballero, 2015, pág. 9).

El ciberespacio y la cibercultura generan un lenguaje digital que corre fecundamente por un enorme sistema circulatorio informático y éste se encuentra en constante mutación, desprovisto de una esencia estable, donde la única constante de la cibercultura paradójicamente es el cambio. Empero, la dificultad no radica sólo en la movilidad estructural de lo que se pretende estudiar, sino en la perplejidad de quién lo estudia y para qué lo estudia.

El lenguaje digital ha posibilitado por primera vez en la historia, la interconexión de todos los medios que conforman el sistema comunicativo. La tecnología está impactando los cimientos de nuestro mundo y se debe prestar mucha atención a la estrecha relación que existe entre técnica y civilización; y entre cambio comunicativo y cambio social. Un cambio tecnológico sin precedentes en el sistema comunicativo, puede abrir la puerta a un cambio social.

Un ciberespacio, visto como una madeja de cables que constituye un no-lugar que sirve a los fines de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo. El no-lugar, implica un corte con la tradición, con el pasado, lo que presupone un mundo prometido a la individualidad solitaria, a lo provisional y a lo efímero.

A una telaraña global, donde cada vez es incontable el número de personas que cruzan al otro lado de la pantalla para relacionarse socialmente, comprar, entretenerse, buscar información o trabajar. Donde se tiene la posibilidad de deambular sobre la delgada línea que

separa la realidad de la virtualidad. Habitantes de nuestras ciudades que pueden traspasar la frontera entre el espacio real y el espacio virtual de manera cotidiana y doméstica.

Cada uno de nosotros tiene un tiempo o, como dice Heidegger, es “propiamente el tiempo”. La materia aparece como un obstáculo en esta carrera. A pesar de la importancia de los elementos inmateriales –simbólicos- en nuestras vidas, estamos compuestos de materia y habitamos en un espacio físico. Estas realidades inmateriales transcurren en un tiempo al que pretenciosamente se denomina real, que ignora el pasado y oculta el presente.

La pantalla es la cara exterior de un mundo espectral que inquieta y que atrae, pero sabes e intuimos –según el caso- que rompiendo la pantalla o las pantallas no conseguiríamos introducirnos en el interior, un interior que paradójicamente y dramáticamente tiende a estar totalmente vacío.

La simulación digital se convertirá en una condición necesaria de lo real, hasta el punto de llegar a ser, en cierto sentido, más real que lo real; así cada vez será más difícil distinguir lo verdaderamente real de aquello que es virtual, pues lo virtual tiene vocación de hibridarse en lo real, formando una compleja realidad compuesta (real-virtual). Un no – lugar fantasmagórico que pretende excluir la presencia de nuestro cuerpo, que con todos sus elementos es paradójicamente el vehículo indispensable para que la experiencia simulada sea factible en un mundo que estamos construyendo, lleno de realidades y virtualidades.

Ninguna máquina será capaz de sentir placer, dolor, amor, alegría, tristeza y todo aquello que implica estar vivos.

4.- CONCLUSIONES

El ser humano es capaz de crear y utilizar herramientas y símbolos para comunicarse, capacidad conocida como “técnica”, que es la hacedora de la humanidad. Busca principalmente asegurar la transmisión del conocimiento en el tiempo y el espacio, desde la oralidad hasta el uso de las TIC actualmente, código que regula distintos tipos de comportamientos y funciones, una máquina mágica que abriga la falsa creencia de poseer poderes divinos.

El razonamiento, es el camino al conocimiento de la verdad. La experiencia sensorial es engañosa, puesto que es necesario recurrir a la razón para corregir los errores de la percepción.
La experiencia nutre constantemente de elementos parte de nuestra conciencia, nos permite descubrir relaciones entre causas y efectos de los fenómenos, debido que la certeza es subjetiva.

La dificultad que tiene el ser humano para construir una idea fiel y objetiva de la realidad, está determinada por los límites que establece la naturaleza subjetiva de nuestra percepción. Dado que tenemos nuestros propios modos de ver las cosas, no podemos representarnos un mundo que no hayamos experimentado.

Un elemento importante en la construcción de la realidad es el tiempo y el espacio del cual depende la existencia en sí y por si de lo real. Debido a que la actividad de todos los sentidos

es imprescindible para el funcionamiento de la mente. Sólo el ser humano conoce cuál va a ser el resultado que le depara cada vez que el tiempo transcurre, los demás seres, desconocen que depara el transcurrir cíclico del mismo, puesto que irremediablemente para todos cada día que transcurre, se escapa nuestra existencia. El tiempo no regresa y en el futuro se encuentra la muerte -***Tempus non revertetur: et in mortem futura est***-.

El tiempo ha arrancado al ser humano de su candidez originaria, transformándolo en un insaciable buscador de conocimiento en un círculo infinito compuesto de pasado, presente y futuro, donde el homovidens quiere colonizar el ahora. Cualquier innovación puede causar molestia debido al cambio de órdenes constituidos, sin embargo, no se debe, ni se tiene que generalizar.

El ordenador es el nuevo soberano, que ha ordenado la digitalización de todos, unificando la palabra, el sonido, las imágenes, inclusive las realidades sean estas simuladas o virtuales. La realidad virtual es una irrealidad, que se ha creado con la imagen y que es realidad sólo en una pantalla, La virtualidad miente; es un pequeño mundo con un gran alcance a través de la ayuda de las nuevas tecnologías. Sin embargo, la imagen no puede mentir porque, la imagen es la que es y, por así decirlo, habla por sí misma. El ser humano está sumergido en un mundo centrado en la imagen, y lo que se muestra puede engañar fácilmente y de manera perfecta.

El ciberespacio y la cibercultura generan un lenguaje digital y éste se encuentra en constante mutación, su única constante es el cambio. Sin embargo, la dificultad no radica sólo en la movilidad estructural de lo que se pretende estudiar, sino en la perplejidad de quién lo estudia y para qué lo estudia. El lenguaje digital posibilita, la interconexión de todos los medios que conforman el sistema comunicativo.

Un cambio tecnológico en el sistema comunicativo, puede abrir la puerta a un cambio social. El ciberespacio, es visto como una madeja de cables que constituye un no-lugar que sirve a los fines de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo. El no-lugar, implica un corte con la tradición, con el pasado, lo que presupone un mundo prometido a la individualidad solitaria, a lo provisional y a lo efímero.

Cada vez es incontable el número de personas que cruzan al otro lado de la pantalla y se tiene la posibilidad de caminar sobre el imaginario que separa la realidad de la virtualidad, de manera cotidiana y doméstica. La pantalla es la cara exterior de un mundo espectral que inquieta y que atrae, pero sabes e intuimos –según el caso- que rompiendo la pantalla o las pantallas no conseguiríamos introducirnos en el interior, un interior que paradójicamente y dramáticamente tiende a estar totalmente vacío.

La simulación digital se convertirá en una condición necesaria de lo real, hasta el punto de llegar a ser, en cierto sentido, más real que lo real; así cada vez será más difícil distinguir lo verdaderamente real de aquello que es virtual, pues lo virtual tiene vocación de hibridarse en lo real, formando una compleja realidad compuesta (real-virtual). Un no – lugar fantasmagórico que pretende excluir la presencia de nuestro cuerpo, que con todos sus elementos es paradójicamente el vehículo indispensable para que la experiencia simulada sea factible en un mundo que estamos construyendo, lleno de realidades y virtualidades.

BIBLIOGRAFÍA

Arheim, R. (1986). *El pensamiento visual .* Barcelona : Paidós.

Borges, J. L. (1980). *Otras Inquisiciones.* Buenos Aires: Emecé.

Corvalán, S. (2018). *Universidad de Chile*. Obtenido de https://web.uchile.cl/publicaciones/cyber/05/textos/corvalan.html

Eliade, M. (1981). *Mito y Realidad.* Barcelona: Labor.

Fisher, H. (2004). *CyberPrometeo.* Buenos Aires .

Heidegger, M. (1999). *El concepto de tiempo.* Madrid: Trotta.

Kitto, H. (1951). *The Greeks* (6a ed.). (Eudeba, Trad.) Londres: Penguin.

Levis, D. (2014). *La Pantalla Ubicua (Televisores, computadoras y otras pantallas).* Buenos Aires: La Crujia Ediciones.

Munford, L. (1968). *Arte y Tecnología.* Buenos Aires: Nueva Visión.

Ruiz Caballero, C. M. (2015). *La Digitalización del otro: Los retos de la democracia en la era del ciberespacio.* Lleida: Milenio.

Russell, B. (1983). *El conocimiento humano.* Barcelona : Orbis.

Sartori, G. (2012). *Homovidens la sociedad teledirigida.* Madrid: Santillana.

Scolari, C. A. (2015). *Ecología de los medios Entornos, evoluciones e interpretaciones.* Barcelona: Gedisa.

Sloterdijk, P. (Mayo de 2006). "El hombre operable. Notas sobre el estado ético de la tecnología génica". *Revista Observaciones Filosóficas Antropología*.

Wittsgenstein, L. (1988). *Sobre la certeza.* Barcelona: Gedisa.

011. LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DE GUAYAQUILEÑOS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA A PARTIR DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS DE LOS NOTICIEROS MATUTINOS DE ECUAVISA EN EL 2019.

Autores:

María Michelle Aguilar Plúas
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Ecuador
maria.aguilarpl@ug.edu.ec

Lic. Carlos Alberto Samaniego Torres
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Ecuador
carlos.samaniegot@ug.edu.ec

Lic. Víctor Hugo del Pozo Raymond
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Ecuador
victor.delpozor@ug.edu.ec

Lic. Narcisa Pilar Contreras León
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Ecuador
narcisa.contrerasl@ug.edu.ec

RESUMEN

Problema: ¿Cómo se relaciona el contenido informativo de los noticieros matutinos de Ecuavisa con la construcción de la opinión pública de los guayaquileños con discapacidad auditiva? Objetivo: estudiar la relación entre la construcción de la opinión pública de guayaquileños con discapacidad auditiva y el contenido informativo de los noticieros jornada matutina de Ecuavisa. Hipótesis: la construcción de la opinión pública de los guayaquileños con discapacidad auditiva a partir del análisis del contenido informativo de los noticieros matutinos de canal Ecuavisa responde a factores de accesibilidad de contenidos, influencia de medios de comunicación y formación de opinión pública. Variables: a) construcción de la opinión pública y b) contenidos informativos. Diseño: no experimental transeccional. Tipo: descriptivo. Metodología: constructivismo social. Técnica: Dos cuantitativas y una cualitativa. Muestra: No probabilística. Resultado: Hipótesis comprobada Propuesta: Noticiero accesible "Ecuador Incluyente"

Palabras clave: Comunicación, Contenido informativo, Opinión Pública, Discapacidad Auditiva.

ABSTRAC

Problem: How is the informative content of Ecuavisa's morning news related to the Construction of Public Opinion of the People of Guayaquil with hearing impairment? Objective: to study the relationship between the Construction of the Public Opinion of Guayaquil residents with hearing impairment and the informative content of the Ecuavisa morning news. Hypothesis: The Construction of the Public Opinion of the People of Guayaquil with hearing impairment from the analysis of the informative content of the morning news of the Ecuavisa channel responds to factors of content accessibility, influence of the media and formation of public opinion. Variables: a) Construction of Public Opinion and b) informative content. Design: non-experimental transectional. Type: descriptive. Methodology: social constructivism. Technique: Two quantitative and one qualitative. Sample: Not probabilistic. Result: Proven hypothesis Proposal: Accessible newsletter “Ecuador Inclusive”

Keywords: Communication, Informative content, Public opinion, Hearing disability.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación surge de la acogida que posee la televisión y el contenido de los noticieros transmitidos por canal Ecuavisa para atender las necesidades informativas de los diversos colectivos sociales. Se busca conocer cómo se relaciona el contenido emitido por los noticieros con la construcción de la opinión pública de los guayaquileños con discapacidad auditiva.

El objetivo general de esta investigación es estudiar la relación entre la construcción de la opinión de guayaquileños con discapacidad auditiva y el contenido informativo de los noticieros jornada matutina de Ecuavisa. Así mismo establecer, determinar, diagnosticar y socializar una propuesta que fortalezca la construcción de opinión pública de los guayaquileños con discapacidad auditiva, basada en el contenido informativo emitido por los noticieros jornada matutina de canal Ecuavisa. Este estudio se realiza trabajando en conjunto con guayaquileños con discapacidad auditiva que se encuentran registrados al Consejo Nacional para la igualdad de Discapacidades (CONADIS).

Los antecedentes muestran que en muchos casos la opinión pública es un reflejo de lo emitido por los medios de comunicación, esto se debe a que factores como la credibilidad y popularidad le dan capacidad de influir en el pensamiento de la sociedad.
La opinión pública es en pocas palabras el resultado de la información emitida por los noticieros televisivos, y es de gran importancia ya que en ocasiones orientan en la toma de decisiones que intervienen en el desarrollo del país. Los medios de comunicación se establecen como generadores de opinión, siendo los noticieros los únicos espacios con formatos accesibles para personas con discapacidad que permiten que la sociedad en general se pueda mantener informada.

Las técnicas e instrumentos escogidos para ejecutar el trabajo de campo fueron previamente analizadas acorde a los instrumentos cuantitativos y cualitativos, para aplicarlas al público muestral, 100 guayaquileños con discapacidad auditiva registrados al CONADIS, posterior a esto se analiza las opiniones recolectadas mediante las entrevistas a expertos. Una vez conocidos los resultados se realiza la comprobación de la hipótesis planteada al inicio de esta investigación. Una vez comprobada la hipótesis, esquematiza la propuesta con ayuda de los conocimientos adquiridos a lo largo de esta carrera universitaria y está investigación para presentarla al público muestral con la finalidad de dar solución a la problemática previamente establecida.

1.- LA TELEVISIÓN Y SUS APORTES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA DE GUAYAQUILEÑOS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA

La televisión es sin duda el medio con mayor acogida por nuestra sociedad ecuatoriana, siendo necesario buscar herramientas que faciliten y otorguen accesibilidad para todos, incluso aquellos que presentan discapacidad auditiva. Si bien es cierto no todas las discapacidades pueden ser cubiertas por los contenidos de un canal televisivo, sin embargo; se debe recalcar que las personas con deficiencia auditiva necesitan de programas que los mantengan informados de los aconteceres políticos, sociales, económicos del país y el mundo.

Los noticieros informativos de canal Ecuavisa son algunos de los productos comunicacionales más consumidos por las diversas audiencias a la hora de informarse, ya que cuentan con herramientas que otorgan accesibilidad de contenidos, beneficiando así a este colectivo social que requiere sentirse parte de la sociedad. Es importante recalcar que, a través de los contenidos generados por los noticieros de este medio de comunicación nacional, se puede atender las necesidades informativas de la sociedad en general.

La comunicación es una de las ciencias que permiten que el ser humano establezca vínculos mediante los cuales no solo construya relaciones interpersonales sino también que fluya una retroalimentación acerca de sus mensajes. En el libro *Comunicación: historia, usos e interpretaciones* se argumenta:

> […] "La comunicación es la herramienta que aporta cohesión a la compleja estructura organizada, y para el hombre esta está formada por el lenguaje verbal en sus diferentes usos [diálogo, periódicos, literatura, información de la radio, la enseñanza]" (Pellerey, 2015, p.32)

El autor argumenta que mediante la comunicación se establece un vínculo entre dos o más integrantes de la sociedad a través de diversos códigos y canales como prensa escrita, radio, televisión, entre otros que serán interpretados según las necesidades comunicativas y geográficas de sus usuarios para la adecuada decodificación del mensaje transmisor de opiniones sobre un tema determinado. En el libro *INTRODUCCION A LA COMUNICACIÓN ORAL* se define:

> […] "La comunicación es un proceso en el cual un emisor establece una conexión con un receptor, en un momento determinado y un espacio establecido para trasmitir ideas, intercambiar información o compartir significados, que son comprensibles para las dos partes" (Harari, 2015, p. 8)

Según la definición del autor la comunicación es un proceso en el cual durante el acto comunicativo se encuentran presentes el emisor y receptor, entablan una conexión real de tiempo y espacio aún sin estar físicamente en el mismo lugar, esto depende del canal de comunicación que utilizan para hacer posible el intercambio de la información que servirá para que quien recibe el mensaje pueda difundirlo acorde a su interpretación. En el libro *COMUNICACIÓN SOCIAL Y ACCESIBILIDAD* se establece:

> […] "La comunicación social tiene tres objetivos; informar sobre los problemas sociales, con el fin de concienciarse, de devolver el poder a los individuos; transmitir valores para reforzar los lazos de solidaridad; y modificar ideas o comportamientos de riesgo para las personas o la colectividad". (Vilches; Sanz, 2014, p. 17)

Para los autores la comunicación es una ciencia que no solo se encarga de comunicar los últimos acontecimientos, sino que también genera reacciones en la audiencia e incluso tiene la capacidad de llegar a modificar su comportamiento o percepción, esto se debe a que las personas reciben información acerca de situaciones de las cuales también podrían tomar parte, razón por la que los mensajes que reciben se convierten en un referente para que sepan cómo actuar ante una situación similar. En el texto *Técnicas de comunicación* se anota:

> […] "Esto significa que se requiere conocer y utilizar correctamente el lenguaje verbal para lograr una comunicación correcta y poder transmitir razonamientos lógicos. Es necesario conocer el lenguaje desde el significado de los vocablos, hasta la estructura

> de la oración y la función de cada elemento de ésta, para estar en posición de ordenar los pensamientos, desde los más simples hasta los más complejos, y estructurar mensajes con propósitos determinados" (Gutiérrez, 2016, p. 9)

Para que exista una comunicación correcta es necesario que quienes intervienen en dicho proceso, tanto emisores como receptores, hagan uso adecuado del lenguaje verbal y sobre todo conozcan el significado de las palabras para que se utilicen de forma coherente y le den sentido al mensaje o información que se desea compartir ya que esta servirá para generar pensamientos en los receptores sobre el tema a tratar. El emisor mediante el uso de las palabras tiene el poder de influir dentro del pensamiento de los receptores ya que estos se verán inducidos por lo que se les manifieste. De esta manera se define a la comunicación como la ciencia que se encarga del estudio de los procesos comunicativos del ser humano, además de establecer de qué manera se emplean dentro de los medios de comunicación y como pueden llegar a influir los mensajes de dichos procesos en la construcción de opinión de la sociedad.

2.- NOTICIEROS TELEVISIVOS

En la disertación de grado *Presentadores del noticiero de la televisión pública: ¿son imágenes de plurinacionalidad?,* se menciona:

> […] "El noticiero televisivo es, sobre todo, un programa ya que cumple con una estructura periodística, además de una realización audiovisual (imágenes, sonidos y efectos) que complementa una historia del acontecer diario presentado desde un espacio determinado". (Guerrero. Cit. A Rincón; Estrella, 2015, p.28)

Para los autores este tipo de programas son productos audiovisuales completos, ya que emplean dentro de su contenido recursos como imágenes, sonidos y efectos que acompañan a la narración informativa con la finalidad de transmitir con claridad mientras les hace sentir a los televidentes que se muestran hechos reales sobre acontecimientos de interés público.
En la tesis de grado *Incidencia del tipo de medio de comunicación en la calidad de la construcción de las noticias periodísticas relacionadas al tema político. Estudio comparativo entre RTS, Ecuavisa, Diario El Telégrafo y El Universo* se plantea:

Criterios de calidad periodística	Descripción
Antecedentes	Son los hechos que hayan producido el evento noticioso principal.
Historia	Son eventos noticiosos de similares o iguales características del hecho abordado y que hayan ocurrido con unos años o décadas de anterioridad.
Proyección	El comunicador social vaticina eventos futuros que se podrían desprender del hecho principal a partir de la investigación
Fuentes	Número de fuentes consultadas
Tipos de fuentes	Pueden ser fuentes documentales, humanas, con información extraída de la web o ambas (fuentes digitales)

Tabla 8: Criterios de calidad periodística (Casañas; Morales, 2016, p.14)

Los noticieros televisivos a la hora de construir sus contenidos noticiosos deben tomar en cuenta algunos criterios de calidad, las causas, acontecimientos anteriores relacionados, hechos consecuentes a la noticia principal, y también consultar fuentes acorde al tema a tratar para brindar a sus televidentes toda la información necesaria para su comprensión y divulgación. En el artículo *Credibilidad de medios y periodistas en Ecuador en el año 2015,* se describe el siguiente esquema:

	2009		2010		2011		2012		2013	
	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)
Televisión	75,6	24,4	73,4	26,6	84,6	15,4	65,5	34,5	83,7	16,3
Prensa	49,6	50,4	63,7	36,3	71,1	28,9	62,2	37,8	73,2	26,8
Radio	20,8	79,2	21,1	73,9	38,3	61,7	44,8	55,2	81,6	18,4
Internet	6,00	94,0	13,7	86,3	24,9	75,1	37,9	62,1	45,3	54,7

Gráfico 1: Credibilidad en la prensa, la radio, la televisión e Internet en Ecuador (Rodrigo, 2015, p.54)

Según los porcentajes que se presentan en el gráfico que mide la credibilidad de la prensa en Ecuador, en un rango que va desde el año 2009 al 2015, con un 80,8% la televisión posee uno de los mayores porcentajes por lo tanto todos su programas y en especial sus noticieros son los que mantienen más credibilidad para la construcción de opinión pública. En la tesis de grado *ANÁLISIS DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN MATUTINOS, QUE SE TRANSMITEN EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A LA LUZ DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, EN EL AÑO 2015* se considera:

> […] "Los noticiarios siempre ocupan un espacio importante dentro de las programaciones de los canales locales. Es así como las audiencias encontraron en los programas de televisión, un referente informativo cotidiano. Con el pasar de los años

> los noticieros se transformaron, adaptándose a la realidad político cultural y a la aparición de nuevas tecnologías". (Vargas, 2015, p. 12)

En la programación de todo canal de televisión siempre está presente un programa o espacio de noticias con varias emisiones para brindar información actualizada a los televidentes, cabe recalcar que en ocasiones acorde a la calidad de información y al estilo periodístico de sus presentadores o reporteros al momento de presentar la información se pueden convertir en un referente para la opinión pública en aspectos políticos, sociales o económicos. En conclusión, luego de conocer algunos elementos que conforman los noticieros televisivos, presentadores, reporteros, información emitida, estilo periodístico, entre otros, se establece que son factores que intervienen en la construcción de la opinión pública de sus espectadores.

3.- CONTENIDOS INFORMATIVOS

Los contenidos o narraciones informativas que se presentan en los medios de comunicación tienen como finalidad emitir información veraz, clara, concisa y precisa sobre algún acontecimiento de relevancia pública. En la tesis de grado *ESTUDIO DEL CONTENIDO Y LA SINTONÍA DEL PROGRAMA "EN CARNE PROPIA" TRANSMITIDO EN SEÑAL ABIERTA EN SECTORES URBANOS DE GUAYAQUIL, PARA LA CREACIÓN DE UNA VEEDURÍA UNIVERSITARIA POR EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE COMUNICACIÓN* se alega*:*

> […] "La información que se transmite representa dos tipos de periodismo: el serio y el amarillista (sensacionalista). El primero utiliza un lenguaje sobrio para dar apariencia de mayor objetividad, mientras el segundo realiza un exceso de adjetivaciones pretendiendo ser vocero de los sectores populares". (García cit. a Pontón, 2015, pp. 22)

Para el autor existen dos tipos de periodismo, serio y amarillista, mismos que se destacan o están presentes en los contenidos informativos y que además son fáciles de reconocer por el lenguaje que emplean al momento de transmitir información, además de mostrar su interés por aquellas situaciones de carácter social que afectan algún colectivo específico. En el *artículo La nación en la televisión informativa colombiana: 1969 y 2015. Del infractor inexistente al enemigo omnipresente* se describe:

Noticia	Expresión	Expresión	Contenido	Contenido
Planos/ Duración promedio	Sustancia	Forma rito	Forma rito	Sustancia mito
1 8/0:10 1.2"	Recursos técnicos	Formas sonoras Formas visuales Formas alfabéticas	- Sección - Géneros informativos - Géneros de opinión - Géneros interpretativitos - Sujetos agentes de la información -Sujetos objetos de la información (de quién se habla)	Objetos de la información: temas (resumen) Orden/desorden Ley/delito Bien/mal Legítimo/ilegítimo Encomiable/censurable Exitoso/fracasado Resultado: el gobierno, como instancia legítima, restablecerá el equilibrio

Tabla 9: Matriz de análisis de Noticiero de Televisión Narváez **(Romero, 2018, p.60)**

Los autores presentan en la tabla un análisis entre dos noticieros uno antiguo (1962) y otro más actual (2015), para establecer las diferencias en cuanto a la presentación de la información, tomando en cuenta la expresión; el contenido y además considerando recursos técnicos, formas sonoras, visuales y alfabéticas ya que la unión adecuada de estos elementos permite que los televidentes se hagan una imagen más real de los acontecimientos presentados. Dentro del artículo *El rol de las fuentes en las noticias* se declara:

Temática	Sin fuentes	Estado y política	Empresarios	Sociedad civil	Ciudadanos	Medios	Expertos	Anónima	Otras fuente
Gobierno	117	481	23	46	12	40	16	58	6
Campañas políticas	60	181	4	28	2	17	5	23	2
Policiales	124	135	9	42	116	56	23	103	9
Tribunales	34	57	3	9	17	7	8	15	6
Defensa	1	14	2	2	-	3	1	3	1
Economía	77	84	126	32	5	15	53	30	3
Educación	18	11	1	12	5	-	8	2	1
Energía	4	19	5	10	1	-	4	2	-
Transporte	10	34	8	12	13	9	2	9	-
Vivienda	13	14	8	5	6	4	2	1	-
Catástrofes	18	33	4	8	20	10	4	10	1
Salud	15	20	1	14	17	3	34	1	1
Religión	4	2	-	8	5	-	1	1	1
Derechos humanos	8	12	-	20	17	3	1	1	-
Protestas	22	26	6	62	32	6	1	6	1
Problemas sociales	8	10	1	11	8	3	7	3	2
Otros	109	32	10	29	40	22	32	3	11
	642	1165	211	350	316	198	202	271	45

Gráfico 2: Cantidad de notas en los que aparecen los distintos tipos de fuentes, según la temática principal (Rotelli, 2018, pp. 72)

En el gráfico se hace una descripción sobre los diversos caracteres de información que abarcan los contenidos de género informativo dónde evidentemente resaltan con un mayor porcentaje los que abarcan temas de gobierno, policiales, económicos, protestas y tribunales seguido de catástrofes, cabe recalcar que aquellos que presentan los porcentajes más bajos son religión y defensa.

Cada noticiero sigue un orden a la hora de presentar la información desde los temas más relevantes hasta los menos impactantes pero que son importantes, es probable que esto influya dentro de los resultados antes expuestos debido al tratamiento de cada información.

En el artículo *Fake news: Una oportunidad para la alfabetización mediática* se señala lo siguiente:

> […] "En definitiva, más que nunca, es necesario empoderar a los ciudadanos y facilitarles la adquisición de las competencias mediáticas necesarias para acceder, comprender, analizar, evaluar y producir contenido y para distinguir entre noticias reales y falsas. Y esto se ha de hacer mediante una apuesta real por la alfabetización mediática, con un sentido cívico que refuerce la democracia construyendo una ciudadanía informada que pueda decidir libremente". (Fernández, 2017, pp. 77)

La autora destaca la importancia de realizar una alfabetización mediática con la finalidad de construir una ciudadanía informada capaz de comprender la información que recibe, lo que resulta importante ya que los contenidos informativos emitidos por los medios de

comunicación se enfrentan a noticias falsas que en ocasiones tienden a confundir a quiénes las reciben puesto que realizan una evaluación de dicha información. Este estudio define a los contenidos informativos como un estilo periodístico característico de los noticieros de televisión donde se hace uso de un lenguaje formal y se distinguen estilos periodísticos como el serio y el amarillista, además de tomar en cuenta diversos caracteres o temáticas a la hora de presentar dicha información.

4.- OPINIÓN PÚBLICA

La opinión pública se ha convertido en un aspecto importante para las personas en la toma de decisiones sobre acontecimientos políticos, económicos, sociales, culturales, entre otros. En el artículo *OPINIÓN PÚBLICA: IMAGINARIOS Y CONCEPTOS EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEMOCRÁTICA EN COLOMBIA* se opina*:*

> […] "La categoría opinión pública adquiere entonces relevancia dentro del pensamiento filosófico occidental a partir del avance parlamentario y el desarrollo de la Ilustración, de allí que sea pionera Inglaterra en la consolidación del significado de opinión pública, tras la ratificación del periodismo como espacio de generación de opinión a través de la discusión pueblo-gobierno". (Novoa, 2015, p. 138)

Según lo descrito por el autor la opinión pública se vuelve importante una vez que la misma se ratificó por el periodismo como un espacio generador de opinión, y esto se debe a la necesidad de reconocer un espacio de debate de temas importantes para la sociedad como factor relevante para la construcción de opinión. En el artículo *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO ACTORES (DES) LEGITIMADORES. ALGUNAS REFLEXIONES ACERCA DEL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN TORNO AL PROCESO DE PAZ DE LA HABANA** se clasifica:

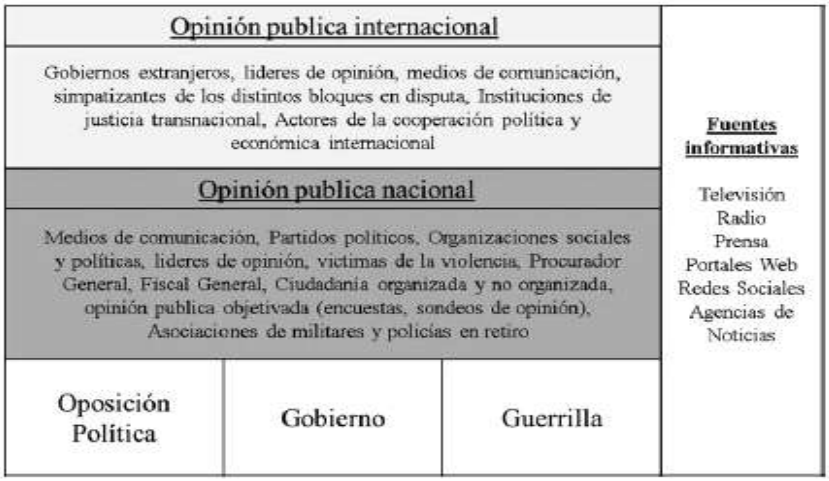


Tabla 10: Escenarios de la construcción publica entorno a procesos de paz (Cárdenas, Juan, 2015, pp. 49)

El autor ha distinguido tres actores importantes para la generación de la opinión pública, oposición política, gobierno y guerrilla, esto se da ya que se centra en un tema de procesos de paz y esos tres elementos conforman el círculo en el que se debería desarrollar, además clasifica la opinión pública en dos niveles tanto nacional como internacional ya que en

determinado momento éstas en conjunto a las perspectivas de quienes las integran podrían orientar a los receptores de dicha información.
En el artículo El grado de confianza de los periodistas en las instituciones y las organizaciones de Ecuador se categoriza:

	PRENSA	TELEVISIÓN	RADIO
Mucha	6,8	8,5	6,7
Algo	38,2	41,4	38,8
Poca	38,2	35,3	38,5
Ninguna	16,2	14,3	15,5
NSNC	0,6	0,4	0,6

Gráfico 3: Confianza de los ciudadanos ecuatorianos en los medios de comunicación de Ecuador (Oler, M. Et. Al, 2015, p.4)

Los autores han tomado como base los tres medios de comunicación tradicionales de Ecuador para realizar una medición del grado de confianza o credibilidad que estos poseen por parte de las audiencias en donde se observa que las diferencias son mínimas ya que según los resultados los tres tienen poca aceptación a causa de sus discursos mediáticos que fundamentan la opinión pública de nuestra sociedad. En el artículo *Los supuestos del pensamiento político y jurídico de Jürgen Habermas*se sentencia:

> […] "Esto último se produce cuando el 'poder social abre la posibilidad de ejercer una influencia sobre el proceso político, que, allende el ámbito de los derechos ciudadanos de igualdad, da primacía a los propios intereses de uno'. La transformación de poder social en poder político puede desarrollarse a partir de una influencia directa en el poder administrativo o mediante la manipulación de la opinión pública". (Benente, 2016, pp. 45)

El autor hace referencia a la gran influencia que puede tener el poder social, al punto de llegar a transformarse en político, y a su vez puede ser manipulado por tintes políticos en favor propio al punto de interferir en aquellos pensamientos u opiniones sociales sobre temas coyunturales. Según lo expresado se puede definir que la opinión pública es un intercambio de pensamientos e información entre actores sociales (ciudadanos, políticos, periodistas, entre otros), que de cierta manera gozan de credibilidad al punto de llegar a influir en los criterios de la sociedad.

5.- ACCESIBILIDAD DE CONTENIDOS

En libro *Tratamiento de la Discapacidad en los medios de comunicación VOS* se reconoce:

> […] "Los medios de comunicación tienen la capacidad de crear opinión sobre diferentes colectivos, y a la vez pueden incluir o excluir a las personas con discapacidad debido a la accesibilidad de su mensaje y canal utilizado. En este sentido se puede reconocer la evolución de los servicios de accesibilidad en los medios de comunicación audiovisuales españoles, hecho que ha beneficiado sobre todo a espectadores con discapacidades sensoriales". (Montse; Vidal, 2017, pp.22)

La accesibilidad de contenidos que ofrecen los medios de comunicación, son una forma de inclusión social ya que de esta manera permiten que las personas con discapacidad puedan mantenerse al tanto de los últimos acontecimientos y a través de dicha información que reciban construyan su criterio respecto al tema, dándoles la oportunidad de que ellos se sientan tomados en cuenta al expresar su opinión y que esta sea tomada en cuenta. El que

los medios de comunicación trabajen en pro de la accesibilidad supone un paso firme hacia la integralidad de un país. En el artículo *Comunicación alternativa, herramienta para la inclusión social de las personas en condición de discapacidad* se sintetiza:

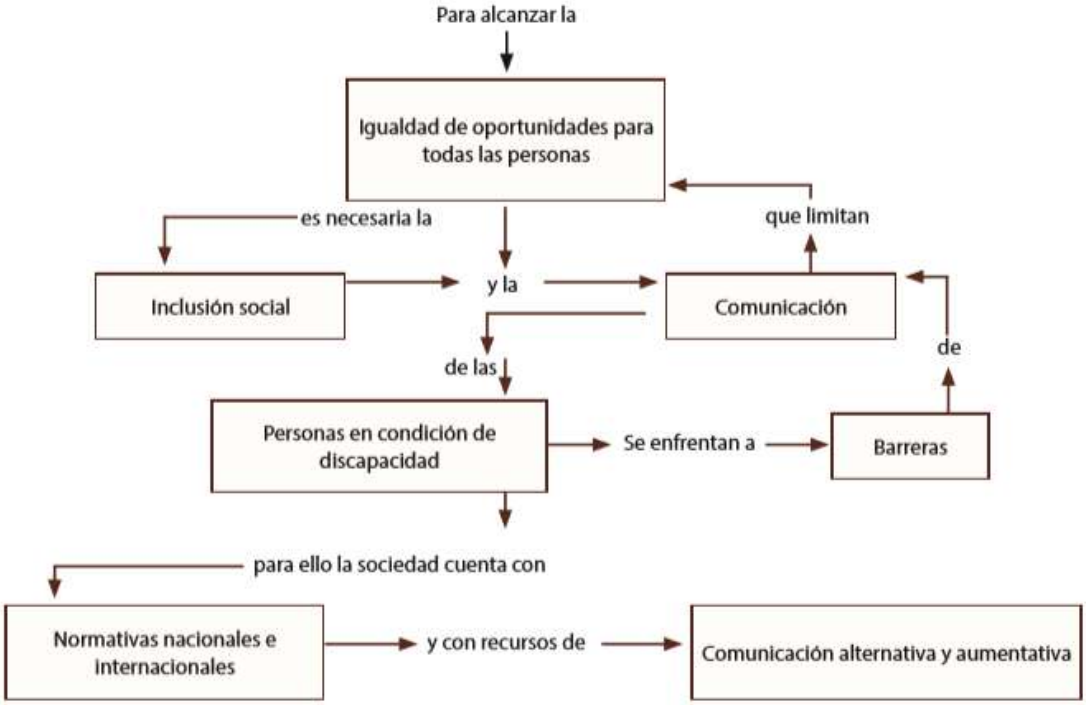


Tabla 11: Representación esquemática de la revisión documental (Deliyore, 2018, pp.4)

La autora da a conocer a través del mapa conceptual que la base para lograr la igualdad de oportunidades para todas las personas es la inclusión social, quienes poseen algún tipo de discapacidad a diario se enfrentan o están expuestas a barreras comunicacionales que los limitan, y que la sociedad intenta disminuir con la implementación de comunicación alternativa o herramientas como la traducción a lenguaje de señas o subtitulado. En el artículo *Private television accessibility for people with disabilities in Spain. The cases of Antena 3 and Telecinco* se diagrama:

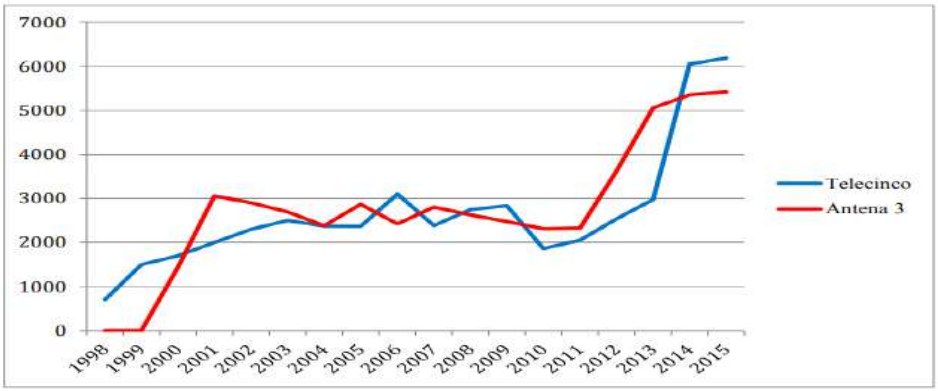


Gráfico 4: Evolution of accesible programming [1998-2015] (Garcia, 2017, pp.22)

En el gráfico antes mostrado se evidencia la evolución que ha tenido la programación accesible entre los canales españoles Telecinco y Antena 3 desde el año 1998 hasta el 2015, pero a partir de 1998 al 2010 hay muchos altibajos esto podría ser a causa de los medios de

comunicación que se centraban en informar sin tomar en cuenta que afectaban a las personas con discapacidad; sin embargo, es notorio un ascenso aproximadamente desde el 2011 hasta el 2015 tiempo en el que la sociedad ha comenzado a trabajar en pro de la inclusión social y accesibilidad de contenidos. En el artículo *La accesibilidad de contenidos audiovisuales dirigidos a personas con discapacidad auditiva* se precisa:

> […] "La accesibilidad audiovisual se basa en el concepto de accesibilidad universal, establecido en la Convención Internacional de los Derechos de Personas con Discapacidad. Es la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bien herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas, en condiciones de seguridad, comodidad y de la forma más autónoma y natural posible". (Del Pozo Et. Al. Cit. A RECAM, 2018, pp. 376- 377)

En la actualidad las personas con discapacidad cuentan con entes y organismos nacionales e internacionales que regulan el cumplimento de sus derechos, en el caso de Ecuador desde el 2008 con la creación de la Ley de Comunicación los medios se han visto en la necesidad de facilitar el acceso de información para dicho colectivo social. En conclusión, se puede definir que con el tiempo el nivel de accesibilidad de contenidos que brindan los medios de comunicación ha ido evolucionando, de cierto modo esto ha beneficiado a personas con discapacidad auditiva ya que les permite que tengan facilidad para acceder a la información sobre los acontecimientos de relevancia pública.

6.- INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En el artículo *Fakenews, poder y periodismo en la era de la posverdad y 'hechos alternativos'* se pronuncia:

> […] "Lo que está sucediendo es que los medios de comunicación tradicionales pierden influencia en su papel de alimentar con narrativas hegemónicas (narrativas que no dejan de ser paradigmas culturales –desde la religión o la mitología al derecho o la literatura) a la opinión pública". (Elías, 2018, pp. 2)

Para el autor desde la llegada del internet y sus diversos usos, los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, prensa escrita) que siempre han sido la base para la confirmación de la opinión pública están perdiendo algo de influencia en sus audiencias debido al contenido que presentan. En el artículo *La televisión sensacionalista en los canales públicos y privados de España e Italia: estereotipos, discurso televisivo y los hábitos de la audiencia* se presenta:

Tabla 12: Televisión como hábito social. (De Casas cit. a Garmendia, 2016, pp.83)

En la tabla se da a conocer ciertas características que se deben tomar en consideración al hablar de la televisión como hábito social, ya que factores como el tipo de programación y el tiempo que dedica el televidente a su visualización son pieza clave, en la actualidad el rol de los programas de televisión va más allá, debido al impacto que el contenido mediático puede causar en el televidente. En el artículo, *La televisión y pautas de conducta de los jóvenes salvadoreños* se visualiza:

Opciones	Porcentaje
Repetición de palabras escuchadas a personajes de la televisión.	
Sí	50,3
No	47,0
Sin opinión	2,0
Cambio de opinión sobre algo luego de ver un programa de televisión.	
Sí	57,2
No	40,3
Sin opinión	2,2

Gráfico 5: Incidencia de la televisión en pautas de conducta y opiniones (Vaquerano; Alfaro, 2015, pp. 97)

En el presente gráfico se denota opiniones recogidas sobre la recepción me mensajes televisivos donde en su gran mayoría optó por el sí y en cuanto a la incidencia de dichos mensajes produjo un cambio de opinión sobre algún tema también la mayoría dijo que sí. Por esta razón es evidente que existe una influencia en las masas por parte de los medios de comunicación. En el artículo *EL VÍNCULO COMPLEJO ENTRE LOS MEDIOS MASIVOS Y LA POLÍTICA* se alude:

> […] “los grandes grupos financieros e industriales van incursionando sobre el negocio de lo que se denomina la sociedad de la información; y los medios colaboran, consciente o inconscientemente, para mantener pasiva a la ciudadanía, mientras se ataca a la política desde la denuncia testimonial o desde el humor satírico”. (Rouvier, 2017, p.24)

Los medios de comunicación al igual que toda empresa cuidan sus intereses económicos y esto se ve reflejado de manera indirecta en el tratamiento que le dan, a información del ámbito político especialmente y muchas veces lo observamos en los comentarios vertidos por los presentadores de un programa de televisión. De esta manera se concluye en que los medios de comunicación tienen gran influencia sobre el pensamiento de la sociedad por esta razón deben tener muy en cuenta la información emitida ya que no saben el impacto que tendrá en sus espectadores.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La información emitida mediante los noticieros televisivos matutinos influye en la conformación de la opinión pública de personas con discapacidad auditiva debido a que son la primera fuente de información sobre los últimos acontecimientos, siempre que estos sean accesibles.

Es importante mencionar que en cuanto a la accesibilidad esta es parcial debido a diversos factores, uno de ellos es el tamaño reducido del cuadro del intérprete, existe la necesidad de la aplicación de herramientas de apoyo faciliten el acceso de la información ya que el 44% de encuestados consideró necesaria la implementación de la interpretación a LDS, el 42% el subtitulado y para el 14% sería de total ayuda que exista un programa con ambas herramientas.

Se logró encontrar que para el 72% de los encuestados dentro de este estudio el contenido presentado a través de los noticieros es repetitivo y no es atrayente. Por otro lado, para un 50% de encuestados, requiere que se transmitan contenidos en los que promuevan la inclusión y se otorgue más protagonismo a las personas con discapacidades.

Se recomienda trabajar una investigación desde la integralidad, porque no solo se incluye a las personas con discapacidad auditiva, sino también a personas regulares en el campo de la educación al mostrarles casos reales del diario vivir de personas con discapacidad.

Otro aspecto importante que se debe considerar es el no adaptar el contenido creado para televidentes regulares, sino más bien trabajar en creación de contenido específico que no solo informe, sino que también promueva a la superación, inclusión y desarrollo de las personas con discapacidad.

Se recomienda innovar los contenidos, no ser convencionales repitiendo la noticia del momento, mostrar las distintas realidades del país y sobretodo tomar en cuenta que un porcentaje considerable de la población tiene discapacidad, los medios de comunicación deben cumplir su rol de propagadores de información para poder cubrir las necesidades informativas que las personas con discapacidad presentan.

Además, es conveniente la aplicación permanente de las herramientas de apoyo; es decir, que estas se presenten de manera ininterrumpida durante la transmisión del programa, brindando a los televidentes una accesibilidad total.

Practicar la inclusión mediante la creación de un segmento que eduque a televidentes regulares mediante enseñándoles palabras básicas en lengua de señas que les permitirían establecer una comunicación directa con personas con discapacidad auditiva.

BIBLIOGRAFÍA

1. Avella, Edgar (2016). *Constitución de subjetividades a través de las esferas públicas dominantes del despazamiento forzado: el caso del escándalo de Carimagua en Puerto Gaitán, Meta (Colombia*). Boletín de Antropología Universidad de Antioquia, Vol. 31 Nº 51, pp. 171-193.
2. Benente, Mauro (2016). *LOS SUPUESTOS DEL PENSAMIENTO POLÍTICO Y JURÍDICO.* Revista de Derecho. Año 2016. Vol. XXIX, pp. 29 – 49.
3. Cárdenas, Juan (2015). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO ACTORES (DES) LEGITIMADORES. ALGUNAS REFLEXIONES ACERCA DEL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN TORNO AL PROCESO DE PAZ DE LA HABANA*.* Análisis político. Año 2015. N° 85, pp. 38 – 56.
4. Casañas, José; Morales, María (2016). *Incidencia del tipo de medio de comunicación en la calidad de la construcción de las noticias periodísticas relacionadas al tema político. Estudio comparativo entre RTS, Ecuavisa, Diario El Telégrafo y El Universo.* Tesis de grado. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación Comunicación Social. Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Ecuador.
5. Casas Moreno, Patricia De (2016). *La televisión sensacionalista en los canales públicos y privados de España e Italia: estereotipos, discurso televisivo y los hábitos de la audiencia*. Tesis Doctoral, Doctorado Interuniversitario en Comunicación, Universidad de Huelva, España.
6. Constitución de la República del Ecuador (2008).
7. Del Pozo, Víctor; Aguilar, María; Lucín, Briggitte (2018). *La accesibilidad de contenidos audiovisuales dirigidos a personas con discapacidad auditiva. V Congreso CientificoIntercionalInvestigacion para la innovación de las ciencias. Año 2018, pp. 373 - 381.*
8. Deliyore; María del Rocio (2018). *Comunicación alternativa, herramienta para la inclusión social de las personas en condición de discapacidad.*Educare. Año 2018. Vol.22, pp. 1-16.
9. Elías Carlos (2018). *Fakenews, poder y periodismo en la era de la posverdad y 'hechos alternativos'.* Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.40, edición de primavera, Año 2018, pp. 1/6.
10. Fernández, Nuria (2017). *Fake News: Una oportunidad para la alfabetización mediática*. Nueva Sociedad.Nº269, pp.66-77.
11. García, Victoria (2017). *Private television accessibility for people with disabilities in Spain. The cases of Antena 3 and Telecinco.* Communication & Society. Vol. 30, pp. 17-30.
12. García Wilmer (2015). *ESTUDIO DEL CONTENIDO Y LA SINTONÍA DEL PROGRAMA „EN CARNE PROPIA" TRANSMITIDO EN SEÑAL ABIERTA EN SECTORES URBANOS DE GUAYAQUIL, PARA LA CREACIÓN DE UNA VEEDURÍA UNIVERSITARIA POR EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE COMUNICACIÓN.* Tesis de grado. Facultad de comunicación social. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
13. Guerrero, María (2015). *Presentadores del noticiero de la televisión pública: ¿son imágenes de plurinacionalidad?* Disertación de grado. Facultad De Comunicación, Lingüística Y Literatura Escuela De Comunicación. Pontifica Universidad Católica del Ecuador. Quito.

14. Goméz, L.; Et Al. Año (2015). *Intrusos en la cultura española. Construcción del otro desde el discurso informativo.* Revista Opción. Vol.31 Número 5, pp. 430-452.
15. Gónzalez, Ma. Eugenia; Montes, Inmaculada; Paaniagua, Francisco (2018). Observatorio Journal. Vol 12, No 1 (2018), pp. 217- 233.
16. Gutiérrez, Federico (2016). Técnicas de comunicación. San José – Costa Rica: Editorial Secade.
17. Harari, A. (2015). *Introducción a la comunicación oral*. Ediciones del aula taller.
18. Servimedia (2018). *INFLUENCIA DE LAS NOTICIAS FALSAS EN LA OPINIÓNPÚBLICA.* pp,1- 43.
19. Maruri, Kevin (2018). *INFLUENCIA DE PROGRAMAS TELEVISIVOS DE PERIODISMO INVESTIGATIVO, CASO: VISIÓN360 EN LA CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA EN JÓVENES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2017.* Tesis de grado. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
20. Montse, Laura; Vidal Paula (2017). Tratamiento de la Discapacidad en los medios de comunicación. Observatorio de la Discapacidad Física: Barcelona, España.
21. Morales, Rodrigo; Schiavon, Jorge A. (2015). *EL EFECTO DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA POLÍTICA EXTERIOR DE MÉXICO: CONTRASTANDO LAS TEORÍAS REALISTAS Y LIBERALES*. Foro Internacional, vol. LV, núm. 3, pp. 669-706.
22. Muñiz, Carlos, Echeverría, Martín, Rodríguez-Estrada, Alejandra, & Díaz-Jiménez, Oniel Francisco. (2018). Los hábitos comunicativos y su influencia en la sofisticación política ciudadana. Convergencia, 25(77), 99-123.
23. Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador (2013).
24. Narváez, Ancízar; Romero, Ana (2018). *La nación en la televisión informativa colombiana: 1969 y 2015. Del infractor inexistente al enemigo omnipresente.* Revista FOLIOS. N° 46, pp. 55-65
25. Noboa, Mary Lucero (2015). *OPINIÓN PÚBLICA: IMAGINARIOS Y CONCEPTOS EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEMOCRÁTICA EN COLOMBIA*. Sin Fundamento, Nº 21, pp. 133-159.
26. Oler, M.; Et Al. Año (2015).*El grado de confianza de los periodistas en las instituciones y las organizaciones de Ecuador.* Revista Ámbitos Revista internacional de comunicación. Número 28, pp. 1- 10.
27. Pellerey, Roberto (2015). *Comunicación: historia, usos e interpretaciones*. Barcelona: Editorial UOC.
28. Rizo, Marta (2015). *Discusiones sobre calidad periodística. Una tarea apremiante.* Comunicación y Sociedad. Nº 23, pp. 239 – 245.
29. Rodrigo, Ivan (2016). *Credibilidad de medios y periodistas en Ecuador.* Revista Razón y Palabra. Vol. 20, pp.259-678.
30. Rotelli, Nicolas (2018). El rol de las fuentes en las noticias. Revista Contratexto. Nº29, pp. 65 – 78.
31. Rouvier (2017). El vínculo complejo entre los medios masivos y la política. Revista Hologramática. Año V, vol=8, pp.21-37.
32. Soengas, Xosé; Pérez, Carlos; López, Ana (2018). *El tratamiento de la información política e institucional en TVE.* Revista Latina de Comunicación Social, pp.1072 a 1089.
33. Sorrosal, Ainhoa (2017). *Los medios tradicionales tienen más influencia en la opinión pública que los digitales.*RevistaUOC.

34. Suntasig, Edgar (2015). *Procesos de construcción de la opinión pública, a través de los programas de opinión: contacto directo y perspectiva 7, de Ecuavisa y ecuador tv, durante el período mayo junio del 2014*. Tesis de grado. Facultad de Comunicación Social. Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga.
35. Terán, Oswaldo; Aguilar, José. *Modelo del Proceso de Influencia de Los Medios de Comunicación Social en la Opinión Pública.* Revista Educere. Año 2018. Vol. 22. Número 71, pp. 179-191.
36. Torres (2014). *Comunicación y cultura*. Revista de pensamiento e investigación social. Vol. 14. Número 1, pp.355-373.
37. Vaquerano, Edith; Alfaro, Domingo Orlando (2015). *La televisión y pautas de conducta de los jóvenes salvadoreños*. Entorno.nº51,pp.91- 100.
38. Vargas, Víctor (2015). *ANÁLISIS DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN MATUTINOS, QUE SE TRANSMITEN EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A LA LUZ DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, EN EL AÑO 2015*. Tesis de grado. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil.
39. Vílchez, Fernando; Sáenz, Laura (2014). *Comunicación Social y Accesibilidad*. Madrid: Editorial Dykinson.
40. Zapata, Javier (2018). *El Quinto Poder: Influencia e Impacto Mediático de los Usuarios de Redes Sociales.* Centro de Investigación de la Creatividad UCAL Vol. 1, pp. 35-41.

012. LA RADIO ONLINE COMO MEDIO ALTERNATIVO COMUNITARIO Y EDUCATIVO.

Autor:
Juan Félix Ripalda Yánez .
País: Ecuador
Docente Ocasional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
Magíster en Docencia Superior
Correos electrónicos: juan.ripalda@upec.edu.ec; juanripaldayanez@hotmail.com;

RESUMEN:

Los medios de comunicación han sufrido cambios sustanciales, a causa del desarrollo de las Tecnologías de Información y comunicación TIC´s, que cada día se acrecientan con múltiples innovaciones. La radio online es una de las áreas que ha tomado mayor repercusión, debido al alto número de emisoras, que son tomadas por la academia, como alternativa para la formación de profesionales en comunicación, así como también por los movimientos sociales, que, a través de este canal, difunden los requerimientos de la comunidad. El objetivo de la presente investigación es dar a conocer la aparición de las radios online, como medios alternativos digitales, que permiten difundir información por Internet. Estos canales han permitido a las universidades y demás instituciones públicas y privadas, desarrollar tareas de formación. El autor utilizó el método empírico, destacando las características del objeto de estudio, en base a la experiencia propia, tomando, como punto de referencia, la observación científica, mediante un minucioso análisis, en cuanto a la importancia, el desarrollo, funcionamiento y evolución de la radio online, como medio alternativo. Adicionalmente, se aplicó el método teórico, donde se pudo recolectar valiosa información que fundamentan la investigación, analizadas y sintetizadas, de tal manera que, los resultados, confirman la propuesta.

PALABRAS CLAVE: Tecnología, Medios de comunicación alternativos, radio online, educación, comunidad.

ABSTRACT:
The media have undergone substantial changes, due to the development of ICT Information and Communication Technologies, which are increasing every day with multiple innovations. Online radio is one of the areas that has had the greatest impact, due to the high number of stations, which are taken by the academy, as an alternative for the training of communication professionals, as well as by social movements, which, through of this channel, they spread the community's requirements. The objective of this research is to publicize the appearance of online radios, as alternative digital media, which allow information to be disseminated over the Internet. These channels have allowed universities and other public and private institutions to develop training tasks. The author used the empirical method, highlighting the characteristics of the object of study, based on his own experience, taking, as a point of reference, scientific observation, through a thorough analysis, in terms of importance, development, operation and evolution of online radio, as an alternative medium. Additionally, the theoretical method was applied, where it was possible to gather valuable information that support the research, analyzed and synthesized, so that the results confirm the proposal.
KEY WORDS: Technology, Alternative media, online radio, education, community.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación, de manera en especial las emisoras radiales, han sido objeto de cambios en el desarrollo de sus actividades a través de las frecuencias tradicionales, conocidas como Amplitud Modulada AM y Frecuencia Modulada FM, siendo el surgimiento de las Tecnologías de Información y Comunicación TIC´s, el motivo de dichas variaciones.

La crisis económica por la que atraviesa el periodismo latinoamericano y mundial, es una de las causas del surgimiento de los medios alternativos, que ayudan a las comunidades y organizaciones sociales, a difundir sus necesidades, y que, a la vez, sirven como mecanismo de protesta, en un ambiente virtual, gracias a las innovaciones tecnológicas.

Como es de conocimiento general, la radio se caracteriza por ser un medio de comunicación, en el cual se informa, entretiene y educa, surgiendo a inicios del siglo XX. Para su funcionamiento utiliza recursos como la música, efectos y lo principal, la locución de un técnico que a través de su palabra anima constantemente la programación.

Becerra (2003) señala que la Sociedad de la Información debe ser capaz de superar la celada metonímica de tomar la parte por el todo: la sociedad informacional incluye, pero excede con creces la atención de una de sus manifestaciones, como puede ser el caso de la red internet. Es por eso que, los medios que conforman esa sociedad no pueden estar aislados de aquella revolución digital, tratando de aliar sus actividades con las plataformas virtuales.

El apasionante mundo de las telecomunicaciones ha tenido una revolución acelerada desde que apareció la Internet, que con tantas innovaciones viene cautivando a todos los sectores, donde se encuentran involucrados no solo los medios de comunicación, sino la comunidad en general y la academia.

De igual manera, Ugarte, (2007) afirma que, con Internet conectando millones de pequeños ordenadores jerárquicamente iguales, nace la era de las redes distribuidas, que abre la posibilidad de pasar de un mundo de poder descentralizado a otro de poder distribuido. Sin duda alguna, los fanáticos de las redes, que somos todos los que habitamos en este planeta, en su gran mayoría, estamos siendo controlados y manejados por esos poderes.

Silva; Yépez, (2011) define a la radio como un medio de comunicación dinámico e inmediato que está sujeto a los constantes cambios que experimenta la sociedad. Su evolución está marcada por hechos históricos y descubrimientos importantes que se han convertido en logros trascendentales para el desarrollo de la humanidad, adaptándose a sus necesidades. Por ello, se rescata la aparición de los medios alternativos.

La gran mayoría, por no decir todos, se encuentran obligados a utilizar el servicio de Internet, para no quedarse relegados en sintonía. El oyente puede clasificar las distintas opciones para informarse, incluso son parte de la programación interactuando de manera permanente.

También se destaca que, al utilizar la Internet y los streaming de audio, se reducen los costos, ya que para muchos es imposible disponer de recursos para instalar una radio convencional, optando por estos medios alternativos con fines comunitarios y educativos, siendo las universidades, las que más se han apoderado de esta iniciativa.

Las TIC´s han convertido a la radio en un medio acogedor y atractivo, debido a que en cada hogar existe un computador, que es el medio por el cual se promueve la transmisión en línea, lógicamente con el servicio de Internet, y la aplicación del streaming de audio. Esto es tan fácil que cualquier persona, con poca inversión, puede instalar y tener su propia radio.

La calidad de este servicio depende mucho de la tarifa que el proveedor del streaming ponga a consideración. Los precios oscilan de acuerdo al número de usuarios y la capacidad de almacenamiento que tenga su ordenador. A esto se suma, la banda del Internet, de su capacidad depende la nitidez que salga al aire. Cabe resaltar que, si no se contrata este servicio de streaming, no se puede acceder a la música, que por lo general tiene derechos de autor.

Esa es una de las dificultades que tienen los medios alternativos digitales, que cuando quieren transmitir en vivo su programación musical, la misma es silenciada, y en muchas ocasiones, tienden a suspender el servicio. En Facebook live, que es la aplicación más usada para la publicación en vivo, siempre están atentos al contenido musical que se transmite, algunos se las ingenian para evadir esos controles, pero no siempre se salen con las suyas.

Las emisoras de radio que tienen frecuencias y que transmiten en vivo, se valen de los streaming de video, los que le permiten transmitir sin ningún tipo de complicaciones, pero aquello tiene un costo adicional. Es por ello, que existen muchos canales de televisión online, que utilizan esta herramienta, para desarrollar su tarea.
Como mecanismo para la instalación de estos canales de difusión, estos funcionan por medio de streaming, que no solo permite escuchar sino ver, tomando el nombre de radio por internet, ya que se utiliza el mismo lenguaje de la emisora convencional. Esta tecnología es utilizada para descargar u observar archivos en Internet, reduciendo costos, de manera increíble, llegando a cantidades infinitas de oyentes, que pueden utilizar no solo las computadoras de escritorio, sino los dispositivos móviles, como celulares y tablets.

Los objetivos que persigue la presente investigación son:

- Analizar la importancia, evolución y desarrollo de las radios convencionales y su transformación con el surgimiento de las Tecnologías de Información y Comunicación.
- Evidenciar el uso de la radio online como instrumento de formación profesional por parte de la academia, así como medio de comunicación alternativo, a favor de la comunidad.
- Definir los instrumentos para la instalación y funcionamiento de las radios por Internet.

En cuanto a los resultados obtenidos durante la investigación se destaca que, las radios online se han desarrollado a gran escala, existiendo en la actualidad alrededor de 100 medios de comunicación virtuales, cuyos puntos de operación se encuentran en su gran mayoría, en las provincias de: Pichincha, Guayas y Los Ríos.
Las emisoras radiales con frecuencia AM y FM son las que cuentan con la señal online, a través de sus plataformas digitales y páginas web, mientras que las universidades que tienen ofertas académicas de comunicación, en su gran mayoría, poseen radios por Internet. De igual manera, asociaciones sin fines de lucro cuentan con este servicio, pero lo hacen de manera periódica.

DESARROLLO

Las radios online son consideradas en la actualidad como medios alternativos, por su particularidad de ser agentes comunicativos, donde cumplen las mismas funciones de las emisoras tradicionales, que incluso deben complementar su actividad y aliarla a su programación cotidiana.

Entre las múltiples ventajas para el uso de la radio online, el autor resalta el acceso libre, debido a que no se requiere de ninguna licencia para poder funcionar, eso es factible gracias a la Internet, además, de extender su cobertura en todo el mundo, incluso los oyentes pueden acceder a cualquier radio online que se encuentre en la red, sin necesidad de apuntar antena. Existen miles de emisoras en línea, para todos los gustos, en el país que el usuario requiera.

Las radios online, permiten transmitir desde cualquier lugar, solo se tiene que acceder a una conexión de banda ancha y los equipos informáticos, que no requieren de mayor inversión, a diferencia de las radios con frecuencia, que utilizan transmisores y equipos para el estudio.

Las radios online permiten segmentar la audiencia y se puede desarrollar una programación configurada para los públicos dirigidos y personalizados. Hay que tomar en consideración, que los oyentes más frecuentes, y que escuchan la radio por Interne, son los que están con la computadora la mayor cantidad de horas al día, donde se busca que el usuario interactúa con quienes están al frente de la programación radial.

Hay que destacar la importancia de la existencia de estos medios, por cuanto son canales que permiten a la comunidad, estar informados permanentemente, de manera inmediata, solo deben acceder al Internet, como herramienta para su uso.

Las instituciones de educación superior, por su parte, se encuentran encaminados en tener su propia radio, para tener como instrumento de formación profesional de los futuros comunicadores sociales. De igual manera, aquellas universidades que no brindan esta carrera, siguen por la misma senda, para informar sobre su gestión.

En ese mismo contexto, se menciona que el aprendizaje, debe estar diseñado para educar a los estudiantes en lo que consumen y lo que ofertan los distintos medios de comunicación, para que ellos estén preparados y expresar sus propias opiniones, a través de los lenguajes que se manejan en cada uno de estos medios.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO ONLINE

El Internet es un medio de comunicación al similar a la prensa escrita, emisoras con frecuencia y la televisión, debido a que se comparten algunas características, tales como la rapidez que se puede alcanzar con la radio; el efecto visual que produce la televisión; y la redacción de textos que se desarrolla en los periódicos. Por ello, se deduce que son semejantes.

El autor menciona a la Hipertextualidad, como una de las características, donde cada medio de comunicación se separa el uno del otro. También la Multimedialidad, por cuanto el Internet tiene grandes dimensiones, donde se pueden agregar una serie de códigos semióticos, a

través de imágenes, sonidos, videos y la infinidad de datos, a los cuales podemos acceder sin ningún tipo de complicaciones.

Otra de las características de la radio online, es la Interactividad. El público puede comunicarse e interactuar con la radio, siendo un verdadero desafío para los medios tradicionales de comunicación. A esto se le puede agregar, la accesibilidad, con la Internet se accede a cualquier hora del día, y no solo aquello, cualquiera lo puede hacer. Tener una radio en línea no representa mayor inversión, el costo resulta ventajoso y su acceso es inmediato.

BREVE HISTORIA

La primera radio que apareció en línea fue la WXYC, patrocinada por la Universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill, data sus inicios en año de 1994. Su transmisión la hizo en formato MP3, luego aparecieron una gran cantidad de radios online, que son prácticamente la sensación en la era actual.

En Ecuador, no se tiene exactamente la cantidad de radios online, pues han aparecido muchas emisoras digitales, que forman parte de las estadísticas de algunas entidades, tales como el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina CIESPAL que, a través de su revista Chasqui, publica datos referentes a los avances de estos medios. En 1995 apareció un boletín informativo del diario Hoy, a éste se le atribuye ser el primer medio digital, que se constituyó en ese tiempo, en la única opción para que los migrantes ecuatorianos puedan informarse de lo que acontecía en el país.

La historia de la radio tuvo como precursor a Samuel Morse por el año de 1837, luego de que emitiera su primer mensaje por medio de una línea telegráfica, luego James Clerck Maxwell, de nacionalidad británica se refirió al electromagnetismo, en 1873, de allí surgió la hipótesis de las ondas electromagnéticas, que fue estudiada más después, en 1887 por Heinrich Hertz. Este último personaje de la historia radial, realizó la primera transmisión sin hilos, por eso se lo conoce en honor a su apellido, hasta la actualidad como las ondas herzianas, que permitió desarrollar ondas eléctricas a distancia y recibirlas por medio de un aparato adecuado.

Gabay (2013), explica que: “Desde su nacimiento, en 1920, la radio atravesó sucesivas crisis de las que salió reconvirtiéndose, apropiándose de la tecnología disponible, procurándose un nuevo lugar entre los públicos y desafiando sus propias limitaciones. Su historia es como un espiral que se reproduce con el transcurso del tiempo y como hecho material y simbólico, como práctica social se abre paso en lo comunicacional”. Siempre ha sido así, las emisoras radiales se mantienen a pesar, de los cambios que se han ido dando con el paso de los años.

Pilar M. C., (1997), en su obra “La Radio en la era Digital” resalta lo siguiente: “En estos tiempos los medios de comunicación tanto visuales como auditivos en su totalidad han tratado de mantenerse a la vanguardia, manteniéndose en constante evolución con la finalidad de no perder su influencia en los cambios económicos, sociales y tecnológicos experimentados por la sociedad durante toda su historia”.

La radio ha sido uno de los medios de comunicación que más ha tenido repercusión en la comunidad y cada día con las innovaciones tecnológicas que se han desarrollado, sigue vigente en relación a otros medios que de a poco están perdiendo su notoriedad y uso. Hay

que destacar que, la radio es un medio de comunicación masiva, llegando a mucha gente por distintos canales.

En cuanto, a los tipos de radio existentes, tenemos a la Amplitud Modulada, conocida como AM, su tecnología es muy simple, con mucha interferencia, por eso, en 1930, Edwin Armstrong creó la Frecuencia Modulada o FM, que son producidas en la señal VHF establecidas en un rango de frecuencias de 88 a 108 MHz, existiendo en todo el mundo, excepto en Japón y Rusia.

Es necesario saber aquello, porque toda transformación tiende a mejorar aquello que se encuentra en funcionamiento, y en virtud a los problemas existentes, se trata de superar los inconvenientes que se logran detectar, buscando siempre la optimización de recursos y amenorar los gastos que se generan.

Narváez & Pena, (2012), resaltan que los orígenes de la comunicación inalámbrica se encuentran en los últimos años del siglo XIX y principios del XX con la descripción, validación y uso de las ondas electromagnéticas. Desde esa época se ha logrado desarrollar una serie de pruebas hasta conseguir la primera emisión trasatlántica radioeléctrica en 1901 de la mano de Marconi, aunque es Nicola Tesla el que ostenta la patente del primer sistema de comunicación por radio.

STREAMING DE AUDIO

López (2006), sostiene que la Internet está transformando el concepto de la radio convencional. Eso lo corrobora el autor del presente trabajo, en base a su experiencia, pues las radios apuestan a la nueva tecnología, Cabe indicar que, las radios por Internet, para su funcionamiento, además, de la conexión, necesitan tener un streaming de audio, estos tienen un costo que varía de acuerdo a la cantidad de usuarios y su pago es por determinado tiempo, dependiendo las necesidades de los dueños de estos medios, unos lo hacen por diversión, otros en cambio, intentan emprender como negocio, algo que en la actualidad aún no despega, pero que de a poco, se van aliando estratégicamente con otros servicios, para producir ganancias.
Unilatina, (2013), se refiere al streaming de audio, que a través del World Wide Web adopta el nombre de radio por internet por el simple hecho de utilizar los mismos elementos del lenguaje radiofónico de la radio convencional. El surgimiento de la radio en internet ha permitido un cambio significativo en el modo de transmisión del medio radial y ha propiciado el surgimiento de emisoras que emiten netamente por internet. que involucra un mercado explotado al máximo.

El autor de la presente investigación define a los streaming de audios, como una aplicación que permite difundir toda clase de música, mediante planes establecidos por empresas que se dedican a esta actividad, a través de los sitios web. Si no se contrata este servicio, es imposible transmitir música, debido a los derechos de autor, esa fue la causa de los convenios entre las disqueras y empresarios que se dedican a esta actividad.

ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO

No existe una estructura definida en su programación, las radios por Internet se manejan de acuerdo a las directrices del dueño, tratan de manejar un estilo similar al de las radios tradicionales, incluso algunas cuentan con una parrilla en la cual se manejan los tiempos y segmentadas de acuerdo al tipo de audiencia.

Por lo general, los jóvenes entre 20 y 35 años, se encuentran conectados a su teléfono móvil, y son los que, mediante aplicaciones descargadas a su celular, se mantienen al tanto de la producción radial de su preferencia.

Luego de la aparición del Internet, la radio cambió su rumbo y ahora, es indispensable, por no decir obligatorio, que cada emisora, en la frecuencia que se encuentre, debe estar conectada en las redes. Aparte de aquellos medios tradicionales se han multiplicado una gran cantidad de medios alternativos, que, en su gran mayoría, se dedican a subir información y tratan de ejercer un trabajo similar al de las radios convencionales. Es decir, funcionan igual que una AM o FM, pero a través de Internet.
Para su funcionamiento las radios online deben tener como instrumentos esenciales y básicos, partiendo del Internet, la consola, el ordenador, parlantes, micrófonos, el streaming de audio. El espacio físico depende del uso que le quiera dar a la emisora. Si se trata solamente de mantener una programación musical, lo puede hacer desde su casa. Si se quiere trascender a nivel de una emisora tradicional, se debe acondicionar un espacio con todos los artilugios complementarios.

COSTOS Y VENTAJAS

El costo para el funcionamiento de una radio con frecuencia, ya sea esta AM o FM, es muy elevado, debido a que utilizan equipos de gran dimensión y alcance. Además, se requiere de una serie de trámites, ante el organismo pertinente, que muchas veces es tedioso y demanda tiempo.

Las radios online, no requieren de ninguna autorización, ni permisos del Estado para su instalación y funcionamiento, solamente se necesita la señal de Internet, cualquiera que sea el proveedor. Los costos son sumamente accesibles y no demanda de mayor inversión, ni tener una infraestructura inmensa.

Los gastos operativos para el funcionamiento de las radios por Internet, tienden a ser muy bajos en relación a las de frecuencia, incluso en los espacios físicos existe una gran ventaja, debido a que las AM o FM, tienen una antena estática, las radios online pueden funcionar en cualquier espacio, solo deben tener una conexión por Internet.
Existen muchas ventajas para este servicio, y su cobertura es ilimitada, no es necesario acondicionar una cabina, lo puedes hacer en cualquier espacio, sala, comedor o cocina, algunos las han instalado en sus garajes, depende el uso y la calidad que se le quiera dar a la señal.

Adicionalmente, las radios online, se encuentran transmitiendo a través de las redes sociales, que brindan la oportunidad para realizar grabaciones en vivo, e incluso se está aplicando la modalidad de radio y televisión online, al mismo tiempo. Esto demanda mayor inversión,

puesto que los streaming de video cuestan un poco más, al igual que las cámaras de video y otros accesorios para la transmisión.

A nivel mundial, los medios de comunicación que transmiten a través de las emisoras radiales en ambas frecuencias han combinado su labor aliada a la Internet, todas sin excepción forman parte de esa red de radios online. Ecuador no se quiso quedar atrás, y se acogió también a esta modalidad, pues no querían quedarse relegados, siendo los medios tradicionales, quienes eligieron instalarse en las plataformas informáticas, y constantemente utilizan las redes sociales para da a conocer su programación y enlaces.

Otra de las ventajas de la radio online, es la cobertura, que puede llegar sin ningún contratiempo, a través del Internet, a todo el mundo, mientras las AM solo pueden llegar a determinados lugares, con muchos problemas de interferencias, debido a que su rango es limitado, las FM tienen un parecido a las AM, pero con menos interferencias, su límite radica en el rango de frecuencia.

Pero este servicio tiene sus límites, tal como lo asevera Tenorio, (2012), quien indica que el Streaming viene marcado por el ancho de banda (capacidad de tráfico simultáneo), y éste a su vez está directamente relacionado con las posibilidades económicas del emisor: a mayor número de oyentes, mayor ancho de banda necesitaremos, y por tanto mayor será el tráfico y el consumo del servicio que ofrecemos.

Las radios en línea, en su mayoría, son utilizadas por entidades sociales, culturales, movimientos políticos, entre otras organizaciones, que buscan brindar información a sus seguidores, debido a que los medios tradicionales no les brindan espacios y resulta oneroso invertir en publicidad radial.

DESVENTAJAS

Son pocas las desventajas, para el uso de las radios online, podemos mencionar la falta de Internet en los usuarios, lógicamente sin las redes, es imposible tener acceso a las emisoras en línea. La señal es otro de los problemas que surgen durante la transmisión, pues hay veces que la Internet se paraliza o se pone lenta por distintos factores. Los problemas de conexión nunca faltan.

En cuanto, a las herramientas para su funcionamiento, se requieren equipos de computación qe tengan suficiente almacenamiento, es decir que puedan albergar la gran cantidad de música que en muchas ocasiones se encuentran en videos, por ende, se requiere de una computadora que no tenga contratiempo en este sentido.

Es necesario e importante invertir, pues la instalación de la radio no es totalmente gratis, además del proveedor de Internet, se requiere la contratación del streaming de audio, que depende del tiempo que vaya a utilizar el servicio, existen planes mensuales, trimestrales y anuales. La cantidad de oyentes difiere de acuerdo al plan que contrate con el proveedor del streaming, mientras más usuarios necesite, mayor es el costo.

En términos generales, es una buena opción para quienes no tienen la oportunidad de trabajar en los medios convencionales, se asocian entre colegas y emprenden esta tarea, que no es comercial, pero sí, apasionante.

RADIO ONLINE CON FINES EDUCATIVOS

García (2015), sostiene que es probable que, una de las mayores aportaciones de las ciencias de la comunicación haya sido su capacidad de aunar los distintos discursos científicos que han investigado/reflexionado en torno a los fenómenos comunicativos. Ese es el aporte que se trata de dar a través de la enseñanza, donde se pone en práctica lo entregado en las aulas.

Las instituciones de educación superior, en especial, las entidades que tienen carreras en comunicación social o periodismo, utilizan la radio online, como herramienta, para que sus estudiantes realicen prácticas y desarrollen tareas relacionadas con la producción radial. Además, sirven para informar sobre los acontecimientos que se suscitan en las universidades.

Al utilizar la radio online, como medio alternativo con fines educativos, debemos tomar en cuenta que la enseñanza debe estar enfocada en formar conciencia crítica, desarrollar personas creativas, con acciones que permitan conocer y comprender el verdadero proceso comunicativo conjuntamente con las necesidades de la comunidad.

Las universidades que han tomado como alternativa, para educar a sus estudiantes en cuanto a la comunicación radial, sienten la necesidad de implementar su propia estación, como mecanismo de preparación, aprovechando al máximo, los recursos informáticos, incluso en una clara competencia con las radios tradicionales, en lo que respecta a la programación.

Los centros de educación superior son los encargados de educar, no solo en los aspectos de la profesión, sino en valores, que debido a muchos factores se están perdiendo, aquellos, han tomado como opción valedera, la implementación de este canal por Internet, como medio de expresión e intercambio de información.

Los estudiantes aprenden todo lo relacionado al apasionante mundo de la radio, que encierra muchos matices, tales como el desarrollo de la producción y difusión de contenidos, fomentando la creatividad y, por ende, el desarrollo de habilidades y destrezas, combinados con la expresión lingüística, deficiencia comprobada en muchos comunicadores, que, a pesar de su experiencia en el campo laboral, permanecen con esos vicios del lenguaje.

En ese campo, se puede establecer las funciones que brinda la radio online, impulsando la integración de contenidos variados, donde la cultura y el arte se pone de manifiesto. Aquello involucra a los estudiantes en el plano selectivo de la emisión de contenidos. Esa formación cada día genera calidad y profesionalismo, se maneja el intelecto y las diversas formas de informar.

Sin duda alguna, es un valioso aporte a la educación, fortaleciendo conocimientos relacionados con la política, que muchas veces no se práctica, se involucra a los alumnos con los problemas sociales, buscando ser mediadores para la solución a las diversas problemáticas de la comunidad.

En lo que respecta a la ciencia, se puede determinar un avance vertiginoso, el alumno aplica sus conocimientos, experimenta, pule su arte, desarrolla su expresión, pierde el miedo escénico, acciones que brinda seguridad, confianza y se encamina a la excelencia, que al final ese es el objetivo de la academia.

No existe una temática que se introduzca de manera única, es una variación de contenidos, donde los temas trascienden en base a su vigencia. Se desarrolla una comunicación de acuerdo al entorno educativo, basado en lo que se vive actualmente, historia, cultura, deporte, tecnología, salud y demás áreas de interés social.

Las radios por Internet, que son educativas, se encuentran trabajando con su función, es decir, en las universidades, son un espacio para la enseñanza práctica de los futuros locutores y periodistas radiales, además que, los estudiantes tienen la oportunidad de desarrollarse en su literatura, practicando el arte de la expresión verbal. La mayoría de las entidades de educación superior que brindan carreras de periodismo y comunicación social, poseen su propia radio, sobresaliendo las particulares, que tienen cabinas de lujo y estudios de grabación que, ni las mismas emisoras establecidas desde hace algún tiempo, las tienen.

RADIO AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD

Las radios por Internet han tenido mucha aceptación en la comunidad, debido a que prestar un servicio que para muchos entretiene, para otros sirve como canal para interactuar y dar a conocer sus puntos de vista en diferentes temáticas que se manejan a través de estos medios. Esta interacción y participación ciudadana, ha permitido conceptualizar a estas emisoras como comunitarias, donde están expuestas a recibir múltiples opiniones, siendo la radio online, las preferidas por la población que se conecta desde cualquier lugar donde se encuentren.

Entre las características de las radios comunitarias, podemos resaltar, la orientación con miras a satisfacer los múltiples requerimientos de la colectividad, contribuyendo un servicio que no tiene finalidad de lucro. Se puede agregar que, se integran muchas personas, impulsando a los demás miembros de la sociedad, para que difundan sus inquietudes y necesidades.

Si bien es cierto las radios AM o FM, no introducen en su parrilla, programas educativos, salvo el caso, de los espacios ordenados por la Secretaría de la Comunicación SECOM, organismo que regula las frecuencias de radio en el Ecuador, su programación no es atractiva, y en muchos casos, el lenguaje que su utiliza no es el apropiado, incluso se conjugan muchos aspectos, como el doble sentido en la expresión de los locutores, cayendo en una reputación negativa, que a su vez, produce la falta de sintonía.

La radio comunitaria sirve para canalizar las demandas de las comunidades y sectores estratégicos en el campo social, supliendo las demandas, sirviendo como enlace entre la población y sus gobernantes, mientras que, las radios educativas tienen la misión de formar a los estudiantes en el área de la comunicación, teniendo como guías a los docentes, quienes, con sus instrucciones y conocimientos, impulsan el proceso de enseñanza aprendizaje.

Existen radios comunitarias con frecuencia, las mismas que son controladas por la SUPERCOM, a diferencia de las radios online, que hasta la actualidad no son controladas ni

reguladas por alguna institución del Estado. Es por ello, que muchas organizaciones sociales han optado por instalar las radios por Internet, donde permanentemente defienden sus derechos y protestan por alguna mala gestión del Ejecutivo y sus ministerios.

Aparte de los medios tradicionales, luego aparecieron los medios considerados nativos digitales, por sus características de nacer y vivir en la Internet, donde personas que, sin ser profesionales en el área de la comunicación social, ni siquiera tienen perfil en las redes sociales, llegaron a crear plataformas con streaming de audio y comenzaron su tarea de difusión, con programación diversa que, van desde noticieros, y eventos musicales, donde interactúan con los usuarios de este servicio.

OTRAS APLICACIONES

Además de la utilización de los streaming de audio, existe una aplicación denominada Podcastig, por un lado, el primero distribuye la señal digital en tiempo real con una buena calidad y alcance. En cambio, el otro, distribuye un programa MP3 u otros formatos. La diferencia entre ambos es que el Podcastng es enviado como una grabación, mientras que el streaming ofrece la comodidad que requiere el oyente.
Oti, (2011) nos aclara aquello: “en la actualidad, las principales agencias de licencias de música no permitirán que se utilice el podcast, ya que equivale a una producción de un disco, el cual puede después ser distribuido de una persona a otra. Debido a que el Streaming de audio era un problema para las agencias de licencias se elaboraron acuerdos estándar que permiten a las grandes empresas discográficas transmitir la música que cubre la licencia desde sitios web”.

Adicional a la transmisión por la web, las radios online también pueden ser escuchadas en los dispositivos móviles, Android, IPod, y demás celulares que descarguen la aplicación. La Internet permite el acceso a través de las páginas web de las emisoras en línea, siempre y cuando los propietarios de las emisoras tengan una plataforma digital que funcione con estas aplicaciones.

Esta relación que existe entre la radio y los dispositivos móviles, se extiende más allá de los pensado, pues, aparte de las llamadas, mensajes de textos, correos electrónicos, la radio se escucha en cualquier momento y lugar.

EVOLUCIÓN

Con la proliferación de estos medios nativos digitales, algunas empresas se dedicaron a la venta de streaming de audios, siendo en el 2001, después de la llegada del Internet a Ecuador, según un estudio de Rivera (2012), existía un total de 34 medios nativos, concentrados principalmente en las provincias de Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, El Oro, Pastaza, Tungurahua, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi y Loja. Estos medios publicaban el 53% de información nacional y 36% de internacional. Los temas locales representaban únicamente el 11%.

Ese fue el inicio de las operaciones mediante esta modalidad, sin duda alguna, ha ido aumentando la cantidad de radios online, por un lado, unas desaparecen por su falta de continuidad, ya que aquello no genera mayores ingresos, a pesar de que la inversión no

representa mucho, en gastos operativos, estos medios sobreviven con una o dos personas al frente.

En el 2005, su incremento fue casi al 100%, llegaron a 60, según el mismo estudio, que señala, además, que las radios convencionales no pagan bien por este trabajo, peor aún, los medios nativos digitales, donde sus integrantes, son personas que, por lo general, no cuentan con estabilidad laboral y poseen poca experiencia en los medios tradicionales. Hasta el 2017, llegaron a ser 83 medios, 36 estaban en la provincia de Pichincha, 18 en Guayas y 9 en Los Ríos, siendo estas tres las provincias con más medios nativos digitales en el Ecuador.

CONCLUSIONES

El autor del presente trabajo luego de haber presentado los elementos asociados a los medios de comunicación alternativos digitales, su uso comunitario y educativo, plantea como conclusiones, lo siguiente:

- En la actualidad, resulta más sencillo, escuchar las radios tanto tradicionales como las que se consideran medios nativos digitales, solo se requiere la Internet, a través de estos medios, los usuarios se enteran de los que sucede en el mundo.
- Aprovechar este recurso tecnológico que permite la práctica y el desarrollo de habilidades en los futuros comunicadores sociales y periodistas que se preparan en los distintos centros de educación superior.
- La academia debe involucrarse más allá de lo que algunas entidades han desarrollado, e inviertan en la implementación de las radios online, con fines no solo educativos, sino para dar a conocer la gestión que realizan los directivos y los que integran la denominada “comunidad universitaria”.
- Los movimientos sociales, e instituciones sin fines de lucro, tales como fundaciones, asociaciones, gremios de profesionales, deben fortalecer sus vínculos para coordinar acciones que permitan tener sus propios medios de comunicación en línea, para que sean escuchados y den a conocer sus puntos de vista, sobre la problemática social y el desarrollo de sus actividades en beneficio de la comunidad.
- Debe existir planes de capacitación en lo que respecta al uso de las radios online, su importancia y funcionamiento, así como dar a conocer estrategias que permitan difundir eficientemente, la información que se transmite a través de estos canales virtuales.
- Ejecutar tareas de emprendimiento y liderazgo, para que los comunicadores sociales, academia, organizaciones sin fines de lucro y demás entidades que se encuentra en el entorno social, puedan tener su propio medio de información, sin tener que depender de los medios tradicionales.

Para finalizar, cabe destacar que, la magia de la Internet, ha permitido que muchas personas que se encuentran lejos de su nación de origen, puedan conocer lo que sucede en sus países, sin duda es un medio eficaz, que ayuda a comunicarnos y estar al tanto de las noticias y el entretenimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Becerra, M. (2003). Sociedad de la información: Proyecto, convergencia, divergencia. Buenos Aires: Norma.

Gabay, (2013). Transformaciones de la radio en la era digital: el impacto del nuevo entorno tecnológico del portal SEDICI.

García, Comunicación y sociedad, (2015). Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México.

López, M. (2006) La radio por Internet: La radio sin fronteras.

Narváez, C. E., & Pena, D. M. (2012). Las Radios Universitarias más allá de las Radios. Barcelona.

Oti, D. (2011). Producción moderna de radio. México: Cengage Learnig.

Pilar M. C., (1997). “La Radio en la era Digital”

Rivera, J. (2012). “Mapa de medios digitales del Ecuador 2012”.

Silva; Yépez, (2011). Implementación de la radio online "La Fonola" en el Centro de Medios de la Carrera de Comunicación de la UPS-Campus Girón.

Tenorio, I. (2012). La Nueva Radio -Secreto y técnicas de Radio convencional y en Línea.

Ugarte, David. (2007). El poder de las redes. España: Planeta 29.

Unilatina, I. U. (2013). La radio en Internet.

BIBLIOGRAFÍA

Aguiar Guerrero, C. (2009). Radio en Internet, sistematización de una experiencia comunicativa.

Alfaro, Rosa María (1993): Una comunicación para otro desarrollo. Lima, Calandria.

Astudillo Campos, F. (2007). La Radio en Ecuador. En Merayo, A (Coord.). La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva. (pp. 191–200). Sevilla: Comunicación Social.

Barrios, A. (2014). El Comunicador en el Entorno Digital.

Beltrán, L. Ramiro. (2006). Comunicación para el desarrollo. En Cimadevilla, Gustavo (Comp.). Comunicación tecnología y desarrollo. (pp. 9- 15). Argentina: Universidad nacional de Río Cuarto.

Fleischman, L.; Ginesta, X; López Calzada, M. (2009). Los medios alternativos e Internet: Un análisis cualitativo del sistema mediático español.

García Camargo, Jimmy. (1997). El mundo de la radio. Ecuador: Quipus.

Guarinos, Virginia. (2011). Géneros ficcionales en la radio de la web. En Ortiz, M., y López, N. (editores). Radio 3.0, una nueva radio para una nueva era: La democratización de los contenidos. (pp. 189-211). Madrid: Fragua.

Masterman, L. (1993a): La enseñanza de los medios de comunicación. Ediciones de la Torre, Madrid.

Morán, S. (2015). “El auge de los medios nativos digitales en Ecuador”.

Plan V (2014).” El nuevo periodismo ecuatoriano es digital”.

Huergo, Jorge (1997): Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas, perspectivas. La Plata, Universidad Nacional de La Plata (Argentina).

Lazo, Peña, (2014). Investigación en radio universitaria: Presente, pasado y futuro.

Rendón (2016). Percepciones sobre la calidad de la radio por internet de una audiencia universitaria.

Roncagliolo, Rafael (1999). Las redes de cooperación y la radio comunitaria.

Soengas, Xosé (2013). Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital.

Yaguana, H. (2010). La magia de la radio ahora en online.

013. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA AUMENTAR EL INTERÉS DE COMPRA DE CLIENTES POTENCIALES EN UNA TIENDA ONLINE DE COSMÉTICOS PROFESIONALES.

Autores:

Ing. Karen Carrión M.
Ingeniera en Administración de empresas énfasis en Marketing
karencarrion1991@hotmail.com

Lcda. Lorraine Chedraui A. MdB.
Docente Marketing y Comunicación
Universidad Ecotec
Lchedraui@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar estrategias de marketing digital para aumentar el interés de compra de los clientes potenciales para una tienda online en la ciudad de Guayaquil, que se dedicada a la venta de cosméticos profesionales, que son adquiridos por maquilladores expertos, a través de Instagram y Facebook. A través de las técnicas de investigación como es la encuesta y entrevista, demuestran que actualmente la tienda online no es reconocida y que las clientas tienen desconfianza al momento de comprar maquillaje de alta gama en tiendas online. Se propuso como estrategia innovadora realizar la estrategia de inbound marketing, para aumentar la confianza de los clientes potenciales y convertirlos en clientes reales, que se hagan constantes controles y mediciones de las métricas en las redes sociales de las estrategias aplicadas y realizar constantes encuestas para poder conocer las necesidades y adaptarlas a las nuevas tendencias que se encuentran en el mercado.

Palabras claves: estrategias de marketing digital, redes sociales, cosméticos profesionales.

ABSTRACT

The purpose of this research is to develop digital marketing strategies to increase the buying interest of potential customers for an online store in the city of Guayaquil, which is dedicated to the sale of professional cosmetics, which are acquired by expert make-up artists, through of Instagram and Facebook. Through research techniques such as the survey and interview, participate that currently the online store is not recognized and that customers have distrust when buying high-end makeup in online stores. It was proposed as an innovative strategy to perform the strategy of inbound marketing, to increase the trust of potential customers and convert them into real customers, that constant controls and measurements of the metrics are made in the social networks of the strategies applied and to carry out constant surveys to be able to know the needs and adapt them to the new trends that are in the market.

Keywords: digital marketing strategies, social networks, professional cosmetics

INTRODUCCIÓN

Actualmente debido a la era digitalizada, los cosméticos de alta gama tienen una alta demanda a través de tiendas online en redes sociales y en Ecuador éstas tiendas online promueven el reconocimiento de marca y las ventas por medio de estrategias como: Challenges, compartiendo contenido, giveaway, dando repost o estrategias con influencers.

El presente estudio se trabajará con la marca TrendyMakeUp, que es una empresa nueva en el mercado, que ofrece productos cosméticos de alta gama, cuenta con un promedio de venta de 2 productos semanales, las compras son de bajo volumen y las personas que adquieren los productos no son solo maquilladores profesionales, sino público en general que gustan de los cosméticos de alta gama, por lo que es ideal establecer estrategias de marketing digital, debido a que el objetivo de la empresa es permanecer como tienda digital. En Instagram cuenta con 488 seguidores, y Facebook con 245 fans. Desde su apertura en el mes de diciembre hasta la actualidad, las estrategias que ha implementado han sido: descuentos, sorteos, y regalos a influencers para que promocionen los productos.

Se desarrollarán estrategias de marketing digital específicas para reforzar el incremento de los seguidores, tomando en cuenta el perfil de los seguidores y actuales clientes, que estarán cimentadas en el inbound marketing que sigue los pasos de atraer, convertir, cerrar (lead nurturing y lead scoring), deleitar. Estas claves serán fundamentales para aumentar el interés de los clientes potenciales de la tienda online Trendymakeupec.

DESARROLLO

La promoción es una de las variables que conforman el marketing mix, entre ellos también están el producto, precio, plaza. Según (Stanton, Etzel, y Walker, 2007) el objetivo de la promoción es informar, porque el consumidor debe saber los beneficios del producto, como funciona y como obtenerlo; debe persuadir para que el consumidor prefiera nuestros productos en vez de la competencia y recordar porque se debe dar a conocer a los consumidores la disponibilidad de los productos y su potencial para satisfacerlos**.** Es decir, que la promoción se trata de comunicar con un objetivo específico para dar a conocer un producto o servicio. "Una mezcla promocional efectiva es parte fundamental prácticamente de todas las estrategias de marketing" (Stanton, Etzel, y Walker, 2007, p. 513).

Figura 1. Métodos de variable promoción
Fuente: (Stanton, Etzel, y Walker, 2007, p. 506).

Marketing directo

Como concepto se entiende que “el marketing directo también es inmediato y personalizado: los mensajes se pueden preparar con mucha rapidez y adaptarse de modo que sean atractivos para consumidores específicos”. (Kotler, 2008, p. 477). Es decir, que el marketing directo se enfoca de manera individualizada hacia una persona específica. Entre otras herramientas del marketing directo se encuentran: el correo postal, telemarketing, e-mail marketing y marketing digital. De todas las herramientas anteriormente enunciadas “La forma más conocida de marketing directo es el mailing, a través del cual las empresas envían sus mensajes a sus potenciales clientes, generalmente extraídos de una base de datos previamente laborada”. (Garcia y Sanchez, 2010, p. 185).

Marketing digital

“Internet ya no es solo para las empresas.com sino que tiene que ser introducido en la estrategia de todas las organizaciones” (Ancín, 2018, p. 46). Hay que tener en cuenta que todas las empresas y organizaciones deberían tener presente el marketing digital como parte de sus estrategias ya que, “El marketing digital no debe utilizarse solo para comunicar, sino también para vender cualquier tipo de información, producto o servicio” (Ancín, 2018, p. 47).

Inbound marketing

“El usuario es el que llega hasta la marca por sus propios medios y tras una búsqueda consciente” (Somalo I. , 2017, p. 142). La estrategia de inbound marketing consiste en cuatro etapas las cuales son atraer el tráfico hacia los contenidos digitales publicados, convertir los visitantes en clientes, cerrar convirtiendo las visitas de los clientes en ventas, optimizar la conversión de los clientes en prescriptores, ofreciendo contenido de valor y ayudándolos a entender mejor sus necesidades.

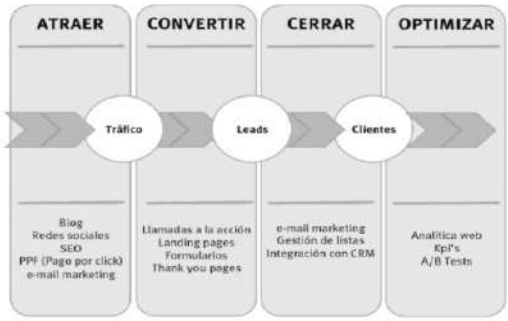


Figura 2. Etapas que conforman una estrategia de Inbound Marketing
Fuente:(Ramón & López, 2016, p. 100)

Lead Scoring

“El principal objetivo del lead scoring es calificar, de un modo automatizado, cada uno de los leads de una base de datos”. (Valdés & Bel, 2011). Para poder realizar el lead scoring se debe tener en “cuenta diversos parámetros como: características de nuestro cliente ideal o buyer persona, comportamiento del usuario en relación con nuestra web, blog o perfil en las redes sociales, o fase o etapa del proceso de compra en el que se encuentre. (Valdés & Bel, 2011)

Tabla 1:
Tipos de Lead Scoring

Scoring unidimensional	"Es el que te permite clasificar a los leads con una puntuación del 0 al 100, dicha calificación no tiene que hacer referencia únicamente a la compra de un producto o servicio, puesto que puede servir para también para medir la predisposición del lead para alcanzar un objetivo concreto, inscribirse en una base de datos etc." (Valdés & Bel, 2011)
Scoring multidimensional	**"**Es un tipo de scoring más avanzado en el que se parametrizan una serie de dimensiones, que son la tipología de variables que tenemos en cuenta a la hora de calificar a los leads de una base de datos**".** (Valdés & Bel, 2011)

Fuente: Elaboración propia

Pasos para clasificar la base de datos con un método scoring

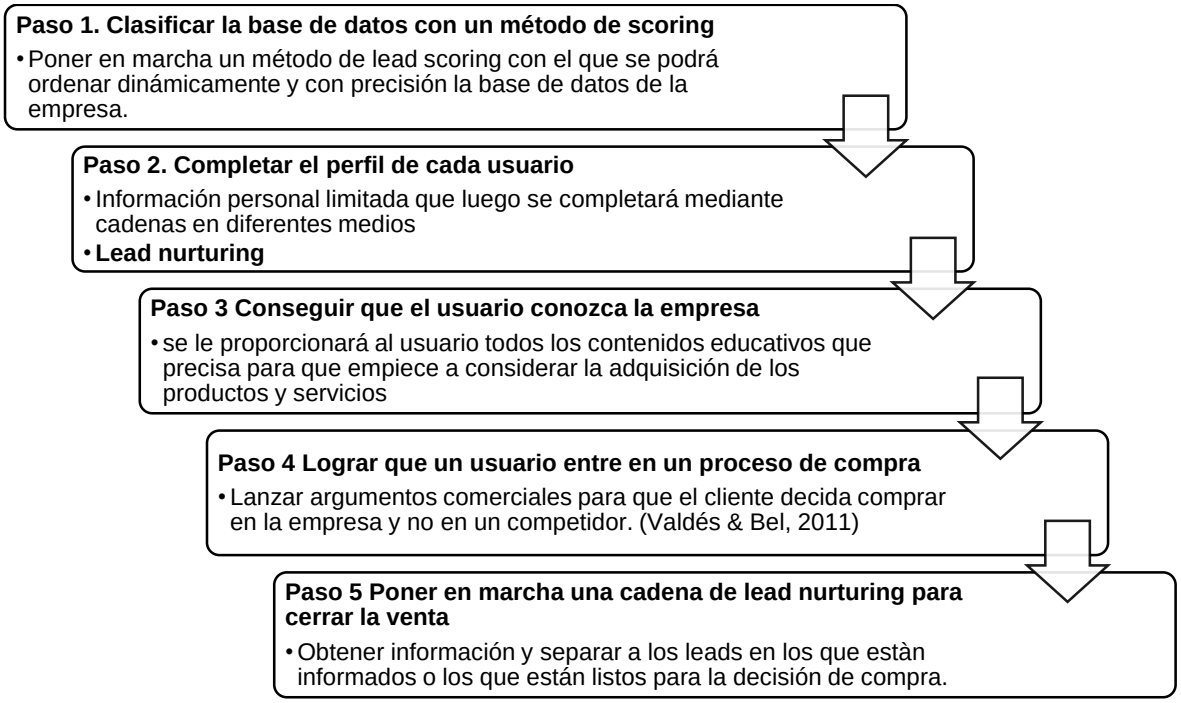


Figura 3. Pasos para clasificar la base de datos con un método scoring
Fuente:(Ramón & López, 2016, p. 100)

Lead nurturing

Los leads son "clientes potenciales interesados que nos dan su permiso para comunicarnos con ellos con regularidad". (Somalo I. , 2017, p. 126). Esta técnica es parte de las estrategias de inbound marketing que está apoyada con el análisis y las necesidades que tiene el consumidor o la oportunidad de negocio (lead). El lead nurturing es un proceso de maduración de leads o también conocido como conversión de contactos en clientes.

Buyer persona

De acuerdo al proceso de compra las tiendas tienen que determinar el buyer persona para determinar el público objetivo. "El buyer persona es el arquetipo de cliente ideal de un servicio o producto". (Valdés & Bel, 2011).

METODOLOGÍA

Para determinar el diagnóstico adecuado de la investigación se utilizó un enfoque mixto, es decir: Cuantitativo y cualitativo, a través de las técnicas encuesta y entrevista.

Las entrevistas se realizaron a los clientes de la tienda TrendyMakeUp para conocer la percepción dela misma, mientras que la encuesta se la realizó en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, en el sector de Urdesa, Alborada, Kennedy, a los clientes de gabinetes de belleza seleccionados. Se utilizaron las siguientes escalas de medición de compra:

Tabla 2:
Segmentación Geográfica

Escala de Baker y Churchill	"La escala de Baker y Churchill está caracterizada por ser una escala múltiple de Likert, es usada para medir la inclinación de un consumidor a comprar un producto o servicio específico". (Valverde & Rivadeneira, 2013, p. 5). En esta parte la pregunta planteada ¿Qué producto de alta gama estaría dispuesta a comprar? Blush, polvos, labiales, paleta de sombras, iluminadores, gloss. Esta pregunta midió la inclinación de compra del consumidor hacia un producto en especifico.
Escala de Putrevu y Lord	"Es una escala tipo Likert que mide el grado al que el consumidor pretende comprar o al menos probar el producto de una manera determinada. La validez de la escala no se conoce y por ello puede llegar a sesgar el estudio". (Valverde & Rivadeneira, 2013, p. 6). La pregunta fue: ¿Del siguiente listado que beneficios le ayudarían a decidir para adquirir maquillaje profesional de alta gama en una tienda online? Con esta pregunta se está analizando al consumidor si al menos con beneficios estaría dispuesto a comprar o por lo menos probar el producto.
Escala de Dodds y Monroe	"Esta escala mide la probabilidad de que un consumidor compre un producto o servicio que conoce previamente. La medida fue descrita como el "willingness to buy" o disposición de comprar" por Dodds y Monroe". (Valverde & Rivadeneira, 2013, p. 6). La pregunta realizada fue: ¿Estarías dispuesto a comprar maquillaje profesional de alta gama en tiendas online (redes sociales), que las venda a un menor costo? Con esta pregunta se mide la disposición de compra del consumidor sobre un producto o servicio especifico.

Fuente: Elaboración propia

Población

Tabla 3:

Segmentación Geográfica para definir la población

CIUDAD	GUAYAQUIL
Provincia	Guayas
Cantón	Guayaquil
Sector	Norte (Alborada, Urdesa, Kennedy)
Número de habitantes mujeres	1.192.694 (fuente: ecuador en cifras)

Fuente: Ecuador en cifras

En el presente proyecto se utilizó la formula infinita, el cual arrojó una muestra de 106 personas:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{d^2}$$

$$\boldsymbol{n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}{0,03^2} = 106,7}$$

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados obtenidos de la encuesta:

Los consumidores principales se encuentran entre las edades de 23 a 27 años, por lo que, cuentan con un poder de adquisición mayor para ciertos elementos consumibles, los niveles socio-económicos permiten la valorización de poder adquisitivo, el 43% de los consumidores, pueden realizar compras de maquillaje de gama media-alta, el 34%. Los índices porcentuales de la investigación permiten tomar como referencia las actividades de los potenciales clientes que utilizan la marca TRENDYMAKEUP como proveedor de insumos para trabajo como es el caso del 36% siendo estas maquilladoras profesionales, sin embargo la clientela de TRENDYMAKEUP se extiende hasta estudiantes y empleados de oficina, los cuales hacen uso de maquillaje de distintas gamas para su día a día, el 7% y 5% son personas las cuales se encuentran expuestas a un menor uso del maquillaje debido a las actividades laborales que realizan.

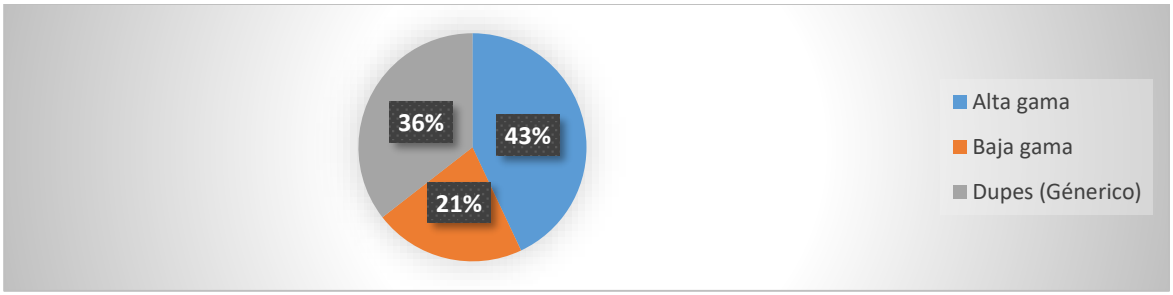


Gráfico 1. Tipos de maquillajes utilizados

Fuente: Elaborado por el autor

El 43% de las encuestadas utilizan maquillaje de alta gama, esto en relación con el nivel socioeconómico y poder adquisitivo que se vio anteriormente, el 36% utilizan genéricos, y el 21% maquillaje de gama baja, sin embargo, el 15% son clientes inactivos que solo realizan el consumo de maquillaje cuando es necesario, y el 16% mantiene este consumo al mínimo siendo el segmento más dificultoso de llegar.

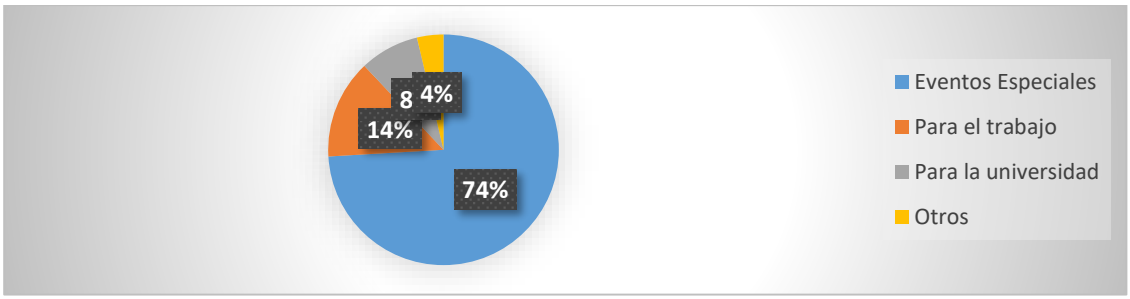


Gráfico 2. Uso de maquillaje
Fuente: Elaborado por el autor

Este gráfico muestra el porcentaje de personas que se maquillan según que evento, el 74% se maquilla ante eventos especiales como bodas, festividades, etc. Por lo tanto, se puede deducir que las promociones y estrategias deben ser realizadas mayormente durante épocas festivas.

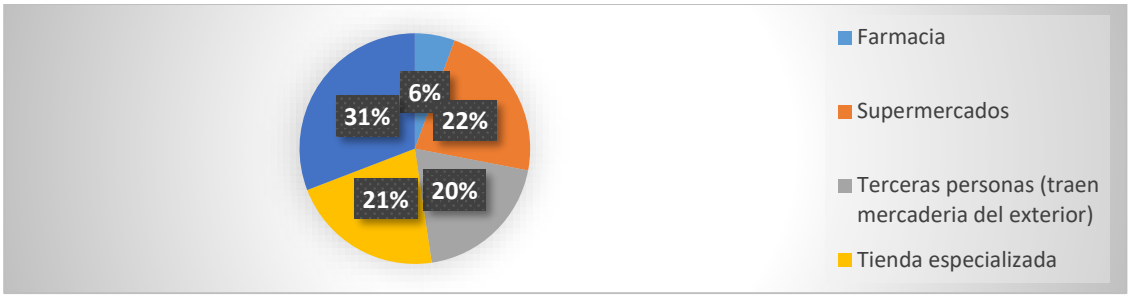


Gráfico 3. Dónde compra el maquillaje
Fuente: Elaborado por el autor

Mediante la siguiente encuesta se pudo confirmar la factibilidad de la propuesta de realización de la tienda online TRENDYMAKEUPEC, al percibir que el 31% de las personas encuestas adquieren su maquillaje directamente de tiendas online, por lo tanto, su competidor más cercano seria la adquisición de maquillaje en supermercados y tiendas especializadas.

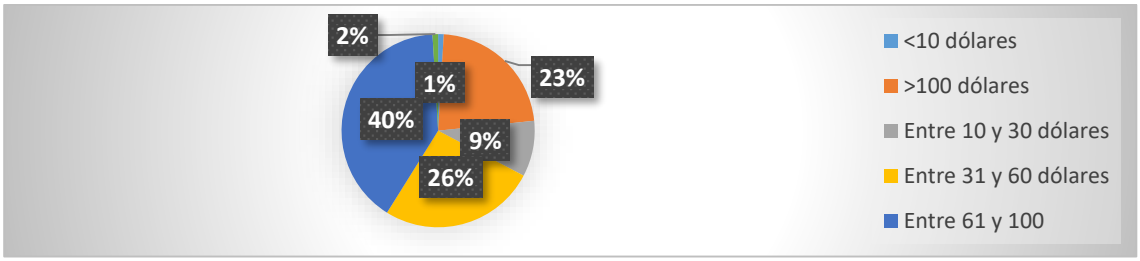


Gráfico 4. ¿Cuánto suele gastar en maquillaje?
Fuente: Elaborado por el autor

En esta encuesta se comprobó el nivel socio-económico establecido previamente con el 40% de las personas encuestadas gastando una cantidad mayor en maquillaje concordando con las personas de nivel socio-económico medio-alto y alto, por otra parte, el 26% y 23% corresponden a los grupos de nivel medio y bajo, permitiéndose realizar consumos inferiores a 100 dólares, sin embargo, mayores a 31 dólares.

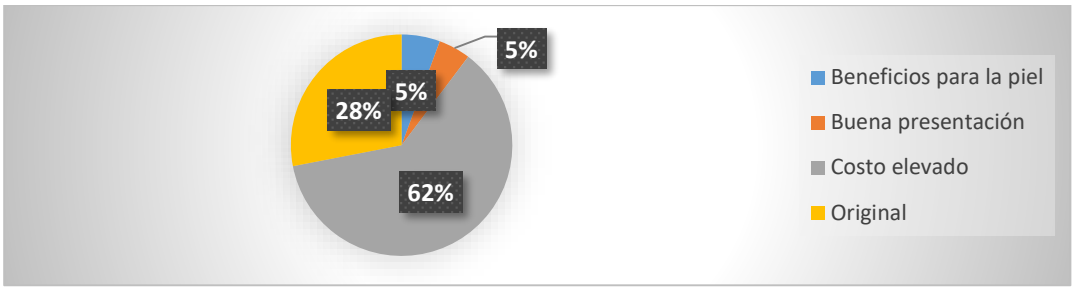


Gráfico 5. ¿Cuál es su percepción con respecto a los productos de alta gama?
Fuente: Elaborado por el autor

La encuesta estableció que la popularidad del maquillaje de alta gama es superior, debido a la calidad y resultados que se logran, siendo el 62% el porcentaje de personas que los adquieren, sin embargo, es reconocido por su precio elevado característico.

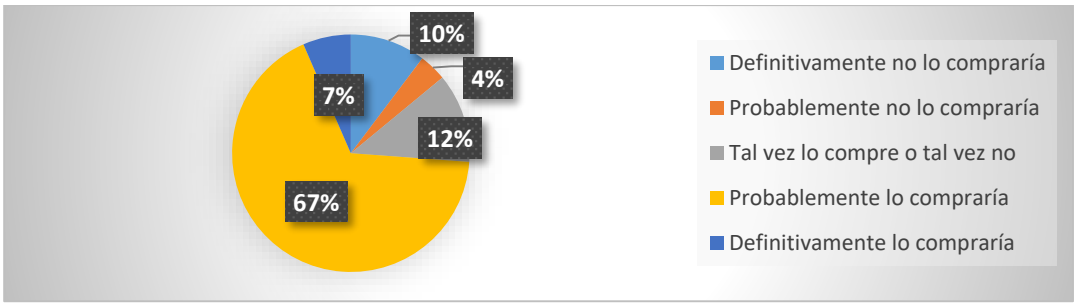


Gráfico 6. ¿Estarías dispuesto a comprar maquillaje profesional de alta gama en tiendas online (redes sociales), que las venda a menor costo?
Fuente: Elaborado por el autor

Se estableció que el 67% y el 12% de las personas son clientes potenciales y el 7% son clientes que se encuentran atraídos por completo ante el maquillaje de gama alta, sin embargo, el 10% y el 4% son clientes que no se sienten atraídos por distintos motivos como precio.

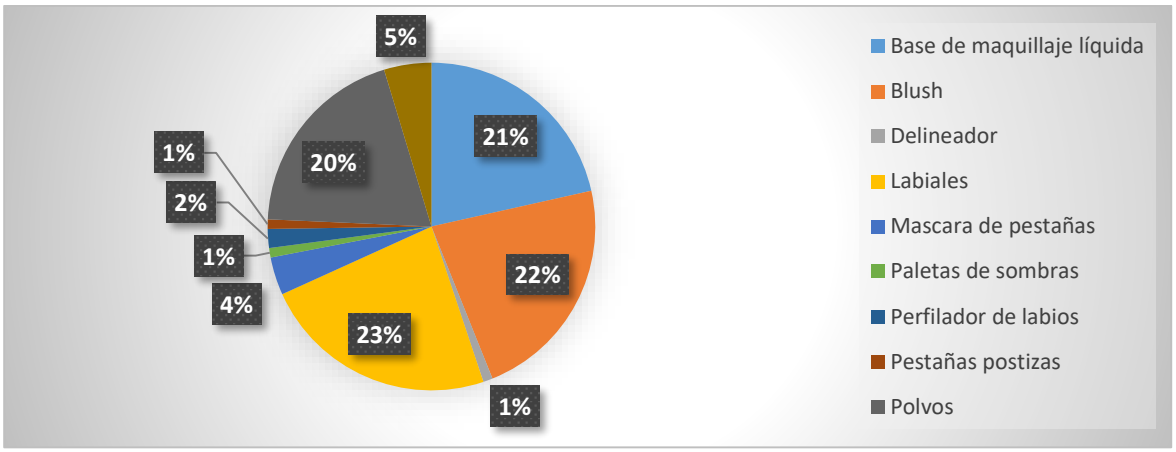


Gráfico 7. Del siguiente listado, ¿Qué producto de alta gama estaría dispuesta a comprar?
Fuente: Elaborado por el autor

Se pudo determinar las tendencias de adquisición a la que los encuestados estarían dispuestos a conseguir desde tiendas online, basándose tanto en su capacidad de adquisición, situación socioeconómica y fiabilidad ante la tienda online y a los procesos que conlleva el pedido, transporte y entrega del producto a elegir.

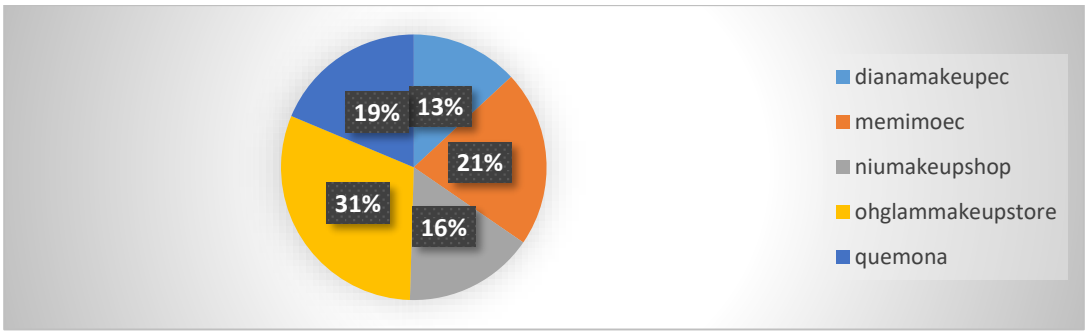


Gráfico 8. Del siguiente listado ¿Qué tiendas online conoce que vendan maquillaje profesional de alta gama?
Fuente: Elaborado por el autor

El resultado de la encuesta permite deducir la popularidad de las marcas de tiendas online, siendo la principal ohglammakeupstore, debido a la fiabilidad de sus procesos y ventas completadas, permitiendo de esta manera crear cierta confianza en sus seguidores y consumidores de sus productos.

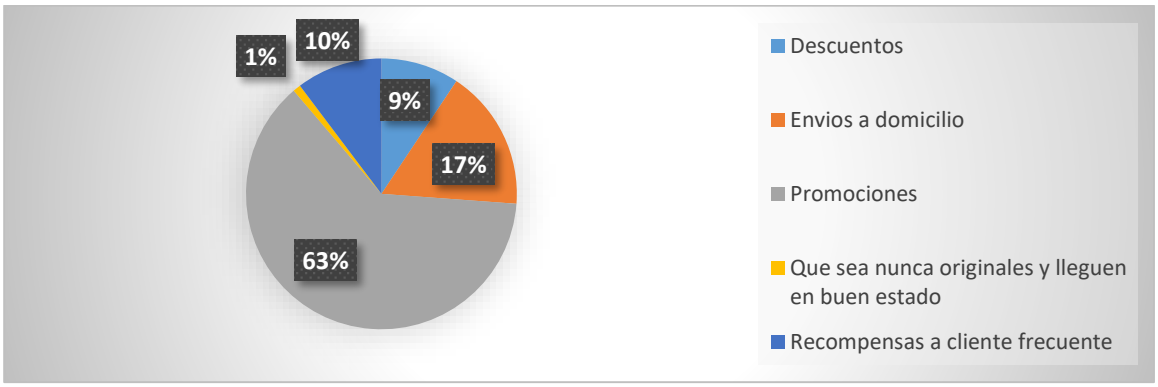


Gráfico 9. ¿Del siguiente listado que beneficios le ayudarían a decidir para adquirir maquillaje profesional de alta gama en una tienda online?
Fuente: Elaborado por el autor

En el grafico se observa que la preferencia de beneficios radica con un 63% en promociones, prefiriendo cupones de descuento en su primera compra lo cual permite una cierta accesibilidad para clientes nuevos en TRENDYMAKEUPEC, logrando así una estrategia de marketing denominada incentivos de fidelización de clientes.

Se estableció que el medio principal por el cual los consumidores prefieren revisar promociones es por WHATSAPP, debido a que esta red social es utilizada en su vida diaria, se les facilita revisar promociones dentro de la misma.

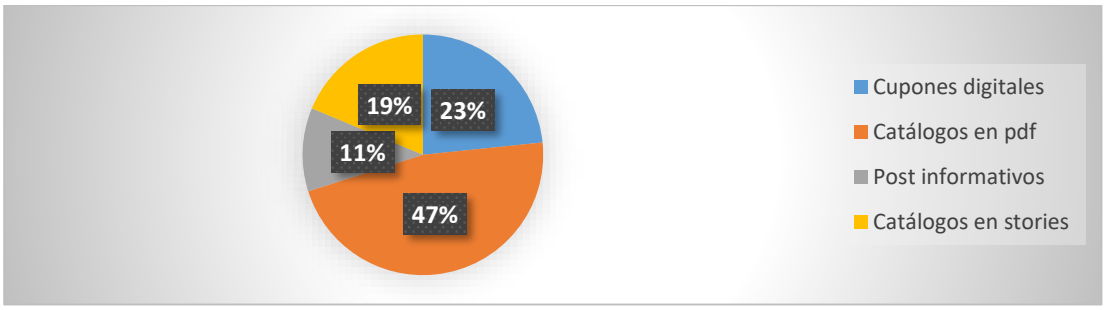


Gráfico 10. ¿Qué información le gustaría recibir a través del medio elegido?
Fuente: Elaborado por el autor

Según lo observado en el gráfico, el 47% de las personas prefieren el catálogo de productos en pdf debido a la facilidad de ver imágenes estáticas durante el tiempo que necesiten, mientras que, en el caso de las stories, dichas imágenes no son estáticas y aparecen solo por un tiempo determinado dificultando de cierta manera la percepción de los consumidores y tergiversando la información debido a la poca claridad y tiempo de lectura que la misma ofrece.

Análisis cualitativo

Tabla 4

Resultados de la entrevista por pregunta

PREGUNTA	RESPUESTA
¿En qué momentos del día usted se conecta a redes sociales?	En la noche a partir de las 8pm
¿Qué tipos de promociones o recompensas de cliente frecuente prefiere?	Descuentos en productos seleccionados y envíos gratis a diferentes partes del país
¿Cómo le gustaría recibir el producto?	Empaque que prevenga daños al producto
¿Qué tipos de mensajes le gustaría recibir y con qué frecuencia?	Promociones por cumpleaños, catálogo de productos en pdf.
¿Qué tipo de opción le daría confianza al momento de proceder a pagar?	Reseñas y comentarios de otras personas en historias destacadas
¿Cuál es la red social que más utiliza?	Instagram y whatsapp
¿Qué opina usted sobre nuestro nuevo logo?	Colores más llamativos, es más atractivo a la vista, tiene más concordancia con lo que representa la tienda online

Fuente: Elaborado por el autor

De acuerdo al estudio realizado se encontró que las personas tienen más interacción en las redes en la noche, las redes sociales con la que más interactúan son whatsapp e instagram, entre los beneficios en los cuales estarían dispuestos a confiar para adquirir un maquillaje de alta gama son las promociones que tengan estos tipos de productos, las encuestadas indican que no tienen conocimiento sobre la tienda online Trendymakeupec, entre las entrevistas que se realizaron indican que desearían recibir un catálogo de productos en formato pdf, además de la entrevista se realizó una encuesta mediante las historias de Instagram en el cuál las clientes respondían si el logo era de su agrado o no, el 100% de las clientes acordó que les gustaba el nuevo logo.

PROPUESTA

Tabla 5

Segmentación

Segmentación Geográfica	Provincia del Guayas Cantón Guayaquil N° habitantes mujeres 1.192.694
Segmentación demográfica	Género: femenino Edad: 18-35 años Etapa del ciclo de vida: solteras, casadas Nivel de ingresos: media – alta Profesión: estudiante- maquilladoras profesionales Educación: tercer nivel Religión: todas Nacionalidad: ecuatoriana
Segmentación Psicográfica	Clase social: Media – alta, alta Estilo de vida: sofisticados y modernos Personalidad: Extroversión, afabilidad, escrupulosidad, estabilidad emocional, apertura a la experiencia
Segmentación en función del comportamiento	Según el momento de uso: eventos especiales, trabajo, universidad. Según los beneficios buscados: productos de alta gama, baja gama, dupes Nivel de uso: a menudo, muy a menudo, algunas veces Según la frecuencia de compra: semanalmente, mensualmente, cada 3 meses Según la actitud hacia el producto o la marca:

Fuente: Elaborado por el autor

Buyer persona

A través de la encuesta se pudo constatar que el buyer persona tiene las siguientes características mediante el cual se pudo desarrollar el perfil ficticio que va a ayudará a determinar las estrategias de marketing digital.

Figura 3. Buyer person

Fuente: Elaborado por el autor

Estrategia Inbound marketing

Objetivo: Lograr la conversión de leads en clientes reales.

Duración: 4 meses (septiembre -diciembre)

Acciones a desarrollar: Se trabajará con las 4 fases del inbound marketing haciendo énfasis en la parte de deleitar que es la base esencial del lead nurturing.

Paso 1 Cuadro de lead scoring
En el presente cuadro se pondera las interacciones que realizará el lead.

Tabla 6
Cuadro de lead scoring

WHATSAPP	
INTERACCIONES	PUNTOS
Confirmación de lectura	10
Confirmación de envió y recibido	15
Confirmación de envío y no recibido	5
Vistos	30
Respuesta	25
Si ven el estado	20

Fuente: Elaborado por el autor

Paso 2.

ATRAER
Se realizará una publicidad en la cual, por llenar el formulario, tendrá un descuento del 15% en su primera compra.
CONVERTIR
También llamado call to action en el cual los leads procederán a llenar el formulario con el nombre, celular, mail. Para así generar una base de datos.
Paso 3
Se envía un mensaje de bienvenida al número de WhatsApp al usuario informando sobre los productos que ofrecemos.

Paso 4

CERRAR
En esta fase se pretende convertir en leads a través de la estrategia de lead nurturing (ver tabla 7). Usando la base de datos obtenida como (número de celular) que esta categorizada mediante las interacciones del usuario, se procede a clasificar por medio de características en común con el cliente ideal o buyer person, el comportamiento del usuario en relación con el perfil de las redes sociales, la fase o etapa de compra en la que se encuentre, mediante el cual procederemos a enviar información a cada segmento, basándose en el proceso de decisión de compra de los leads. El contenido a enviar es: catálogos de productos, promociones y publicidad etc. Esta información se enviará por medio de WhatsApp.

Tabla 7

BUYER PERSON	PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA	SEGMENTOS DE USUARIOS	CONTENIDO
“ALEJANDRA”	Reconocimiento de la necesidad	Segmento 1: Asistir a evento con maquillaje nuevo	Stories informativos en ws sobre productos nuevos de temporada
“LOLA”	Búsqueda de información	Segmento 2: Busca información sobre maquillaje de alta cobertura	Catálogo de precios en productos de alta cobertura
“LORRAINE”	Evaluación de opciones	Segmento 3: Análisis sobre el tipo de calidad del producto	Stories de ws de diferentes productos con similares características
“MARISOL”	Evaluación de opciones	Segmento 4: Preguntas sobre el tipo de calidad de producto	Envió de información sobre productos de similares características

Lead Nurturing

Fuente: Elaborado por el autor

Analizando el cuadro de lead nurturing se puede determinar que existen diferentes segmentos de usuarios en el cual de acuerdo con su proceso de decisión de compra se va a incorporar el contenido y se podrá enviar los catálogos de productos seleccionados como pueden ser labiales, blush, polvos, bases.

Paso 5

DELEITAR

Como cuarto paso se procederá a fidelizar a los clientes por medio de cupones digitales que serán exclusivos para nuestros clientes que han comprado por un tiempo determinado en la tienda digital.

Tabla 8.

Resultados de indicadores de gestión de resultados

	Indicadores				
Objetivos	**Indicador**	**Tiempo**	**Medio**	**Fórmula**	**Resultado a obtener**
Lograr la conversión de leads en clientes reales.	Visitas Leads Ventas	diario	Aumento de interacción en whatsapp	• **CPL = (Costo de la campaña en redes sociales/total de clientes potenciales logrados por la campaña de redes sociales en ese periodo) x 100** • **ROI = ((Beneficios de la campaña en redes sociales – Costo de la campaña en redes sociales) /Costo de la campaña en redes sociales) x 100**	Clientes

				• **Usuarios alcanzados promedio por publicación = número de usuarios alcanzados últimos 28 días/total publicaciones en ese periodo**	

Fuente: Elaborado por el autor

Presupuesto

Tabla 9
Presupuesto del proyecto

Tipo Red/Estrategia	**Inversión/ Porcentaje**	**Campaña**	**Presupuesto**
Redes Sociales	20%	Posts/ Historias/ Giveaway	$300
Community manager	15%	Encargado de administrar las redes sociales	$225
Publicidad digital	15%	Encargados de la publicidad digital	$225
Productos de regalo	10%	Productos utilizados como regalo para los participantes	$150
Empaque	20%	Empaque donde va el maquillaje para que no se estropee	$300
TOTAL			1200

Fuente: Elaborado por el autor

CONCLUSIONES

Se determinó a través de los métodos de investigación que el 64% de las personas no tienen conocimiento sobre la tienda online Trendymakeupec y las personas que tienen conocimiento que radica en el 36% de las encuestadas prefieren que los contenidos sean a través de la plataforma de WhatsApp por la facilidad para recibir contenidos como catálogos en pdf y la interacción con la aplicación, entre los beneficios para poder adquirir el maquillaje de alta gama están las promociones como el 15% de descuento en su primera compra y el 93% de las encuestadas indican que si recomendarían la tienda online Trendymakeupec a sus amigas.

Se concluye que en base a esta investigación una de las estrategias utilizadas es la estrategia de inbound marketing la cual consta de 4 fases que son atraer al lead mediante una publicidad en la que deba llenar un formulario para obtener un 15% en su primera compra, convertir llenando el formulario para obtener una base de datos, cerrar usando la base de datos recomendada para clasificar por características en común con el cliente ideal para poder enviarles la información acorde a su perfil y deleitar mediante cupones digitales una vez que ya sean clientes.

BIBLIOGRAFÌA

Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*.

Alard, J., & Monfort, A. (Septiembre de 2017). *Plan de comunicación on y off en la práctica*. Obtenido de https://books.google.es/

Ancín, J. M. (2018). *El plan de marketing digital en la práctica.* Madrid: ESIC.

Asensio, A. D. (01 de 01 de 2018). *Marca Personal* . Obtenido de https://books.google.com.ec

Association. (Julio de 2013). *AMAS*. Obtenido de https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/

Benassini, M. (2009). *Introduccion a la Investigación de mercados Segunda edición .* México: Pearson Educación .

Burgwal, G., & Cuéllar, J. C. (2010). *Planificación estrategica y operativa aplicada a gobiernos locales .* Quito : Abyayala.

Carballar, J. A. (2013). *Social MEDIA: Marketing personal y profesional .* Mexico: Alfaomega.

Carvajal, L. G., Alonso, J. O., & Sumelzo, L. B. (2019). *Atención al Cliente*. Obtenido de https://www.google.com.ec/search?tbm=bks&q=clasificacion+de+influencers

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2014). *Marketing Digital: Estrategia, Implementación y Práctica.* Mexico: Pearson.

Chedraui, L. (2017). El poder del posicionamiento. Caso Nirsa . *UIDE extensión Guayaquil*, 36-41.

Coto, M. A. (28 de Enero de 2008). *El Plan de Marketing Digital*. Obtenido de https://juancarloszabalamedina.files.wordpress.com/2014/12/el-plan-de-marketing-digital.pdf

Esteban, I. G., & Fernandez, E. A. (2009). *Fundamentos y Tecnicas de Investigación Comercial.* Madrid: ESIC.

García, J. A. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas.* ic editorial.

Garcia, V. B., & Sanchez, M. d. (2010). *Instrumentos de Marketing.* Barcelona: UOC.

Gonzáles, N., Fernández, & Villavicencio. (Febrero de 2016). *Métricas de la Web Social para bibliotecas*. Obtenido de https://books.google.com.ec/bkshp?hl=es&tab=rp&authuser=0

Gutiérrez, A. M., & Sánchez-Franco, M. J. (2005). *Marketing en Internet: Estrategia y Empresa .* Madrid: Piramide.

Hernández, C., & Baptista, P. (2013). *Metodología de la Investigación Sexta edición.* Mexico: McGrawHill.

Kapturall. (02 de 11 de 2014). *Kapturall.com*. Obtenido de https://micliente.net/material/uploads/2014/11/Lead-nurturing-guia-basica.pdf

Kerin, Hartley, & Rudelius. (2014). *Marketing.* Mexico: McGrawHill.

Kothler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing.* México: Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de Marketing.* Madrid: Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing Decimocuarta edición .* Mexico: Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing .* México: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de marketing Duodecima edicion .* México: Pearson.

Kotler, P., Kartajaya, & Setiawan. (2012). *Marketing 3.0 .* Bogota : LID.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0 Moving from traditional to Digital.* New Jersey: LID.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). *E-commerce.* Mexico : Pearson.

Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercado un enfoque aplicado cuarta edicion .* México: Pearson Educación .

Merodio, J. (2016). *Estrategia y táctica empresarial en redes sociales .* Colombia : LID.

Merodio, J. (04 de Mayo de 2017). *Ebook Gratuito "3 Años de Marketing Digital aplicado a empresas"*. Obtenido de https://www.juanmerodio.com/libro-marketing-digital-empresas

Navarro, J. G., & Martínez, A. (2017). *Gestión del conocimiento Una ventaja competitiva .* Madrid : ESIC.

Ramón, A. E., & López, C. S. (2016). *Comunicación integrada de marketing.* Madrid: ESIC.

Ramos, J. (2017). *Marketing de contenidos .* Xiinxi.

Río, M. Á., Domínguez, C. S., & Garrido, J. A. (2014). *Técnicas de marketing viral .* Madrid : ESIC .

Roberto Sampieri, C. F. (2006). *Metodologia de la Investigación.* Mc Graw Hill .

Somalo, I. (2017). *El comercio electrónico.* Madrid : ESIC .

Somalo, N. (2010). *Marketing Digital Que funciona .* España: Lid.

Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales Segunda Edición .* México: Pearson.

Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* México: Pearson Educación.

Valdés, P., & Bel, O. (Octubre de 2011). *InboyndCycle*. Obtenido de https://www.inboundcycle.com/

Valverde, E. T., & Rivadeneira, G. P. (2013). *Medición de intención de compra con base en un modelo de regresión logística de productos de consumo masivo.* Quito: Universidad Politécnica Salesiana .

Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadistico Diseño y Aplicaciones .* Santiago de Chile : Universitaria.

014. EL MARKETING MULTINIVEL Y LA VENTA DIRECTA VS. LA IMPORTACIÓN DE COSMÉTICOS EN EL ECUADOR.

"Multilevel marketing and direct selling vs. the importation of cosmetics in Ecuador."

Autores:

Andrea González Lindao, Mgtr.,
Universidad Ecotec, Docente,
angonzalez@ecotec.edu.ec

Mónica Larrea Paredes, Mgtr.,
Universidad Ecotec, Docente,
mlarrea@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación analiza los cambios del marketing en el sector cosmético y el desempeño del comercio de los cosméticos en el Ecuador durante los últimos 4 años. Para ello el estudio se orienta desde el punto de vista teórico para finalizar con el análisis de las importaciones de productos del sector cosmético realizado por las principales empresas de venta directa y marketing multinivel comparado con las importaciones realizadas por conocidas empresas e importadores menores de labiales, maquillaje para ojos y polvos compactos que constituyen los principales elementos de maquillaje importados. Entre los principales elementos que se pudo observar es el crecimiento de las importaciones realizadas por las empresas de venta directa, comparado con el crecimiento de las demás, adicionalmente se observa que el origen de los productos varía en cada uno de ellos, siendo los más importantes China, Estados Unidos, Colombia.

Palabras clave:

Venta directa, marketing multinivel, sector cosmético, desarrollo productivo.

Abstract

This research analyzes the changes in marketing in the cosmetic sector and the performance of the cosmetics trade in Ecuador during the last 4 years. For this, the study is oriented from the theoretical point of view to finalize the analysis of the imports of products from the cosmetic sector carried out by the main companies of direct sale and multilevel marketing compared to the imports made by companies and minor laboratory importers, Eye makeup and compact powder that modifies the main imported makeup elements. Among the main elements that could be observed is the growth of imports made by direct sales companies, compared to the growth of others, in addition, the origin of the controlled products in each of them will be observed, the most important being China, United States, Colombia.

Keywords:

Direct sale, multilevel marketing, cosmetic sector, productive development.

INTRODUCCIÓN

Según información del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC, para junio del 2014, el 41.25% de la Población Económicamente Activa, PEA , se encontraba subempleada , y el 5.71% en condiciones de Desempleo; en valores relativos esta suma asciende a alrededor de 2´260.000 personas, siendo una porción del mercado laboral que al no poder ubicarse en un trabajo formal que les permita condiciones de "pleno empleo" se ve en la necesidad de conseguir fuentes alternativas de ingreso, siendo las empresas con estrategia de comercialización de venta directa y el marketing multinivel una opción atractiva adoptada por un número importante de personas para obtener medios de subsistencia para sí mismos y sus familias. Por su parte, asociada a la generación de fuentes alternativas de ingresos y emprendimientos, las principales empresas que enfocan su comercialización en la venta directa y el marketing multinivel han centrado sus esfuerzos en ofrecer productos de calidad y eficiencia en su abastecimiento para sus vendedores independientes, para lo cual contratan equipos multidisciplinarios de colaboradores directos y son grandes consumidores de bienes y servicios aportando al desarrollo económico y productivo del país. En base a lo expuesto y considerando que una gran porción del mercado de venta directa y marketing multinivel se concentra en el sector cosmético, se ha visto la necesidad de conocer su funcionamiento y las estrategias que actualmente utilizan para determinar posibles alternativas que se podrían utilizar para hacerlas sostenibles en el tiempo, para lo cual se plantea la ejecución de un Modelo de Estudio de Comportamiento aplicado a los niveles donde se genera una mayor rotación de una de las principales empresas del sector.

DESARROLLO

La venta directa constituye una estrategia de comercialización con características propias que se ajustan a las necesidades de una gran cantidad de empresas a nivel mundial; existen varios conceptos asociados a la Venta Directa, entre los que se pueden destacar: Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (World Federation of Direct Selling Associations WFDSA) "Venta Directa es un canal de distribución dinámico, vibrante y de rápida expansión para la comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores" (WFDSA 2015).

Asociación de Empresas de Venta Directa (España): "Se entiende por Venta Directa la comercialización fuera de un establecimiento mercantil de bienes y servicios directamente al consumidor, mediante la demostración personalizada por parte de un representante de la empresa vendedora" (AVD, Asociación de Empresas de Venta Directa 2016).

Según la teoría de Marketing Mix, la venta directa se enfoca en el elemento "Plaza o Distribución", mismo que "persigue colocar, de la forma más eficiente posible, el producto o servicio al alcance de los consumidores o usuarios con el fin de que tengan mayores oportunidades de comprarlo" (Soriano 1990, 7). La venta directa emplea un canal directo, sin intermediarios, entre la empresa y el vendedor independiente para poder llegar al consumidor final.

Un sistema de venta directa debe considerar entre otros aspectos, principios como: "a) un precio uniforme, b) un producto o servicio que no se consiga en otro lugar que no sea el canal directo, c) con un adecuado sistema de pago, d) de una 14 excelente calidad, e) con stock

suficiente para atender las necesidades del mercado". (Ongallo 2013, 14). Adicionalmente, el sistema de venta directa tiene que considerar que parte de su éxito radica en mantener a sus representantes de ventas altamente motivados para el cumplimiento de objetivos y en proporcionarles capacitación permanente. Además, los vendedores independientes deben percibir que el plan de compensaciones o incentivos por sus ventas se ajusta a sus necesidades y los mantiene interesados en continuar la relación que mantienen con la empresa: "Toda retribución, fija o variable, dentro de un equipo de ventas, debe ser motivadora, es decir, que mantenga la ilusión y las ganas de trabajar de los equipos" (Ongallo 2013, 16).

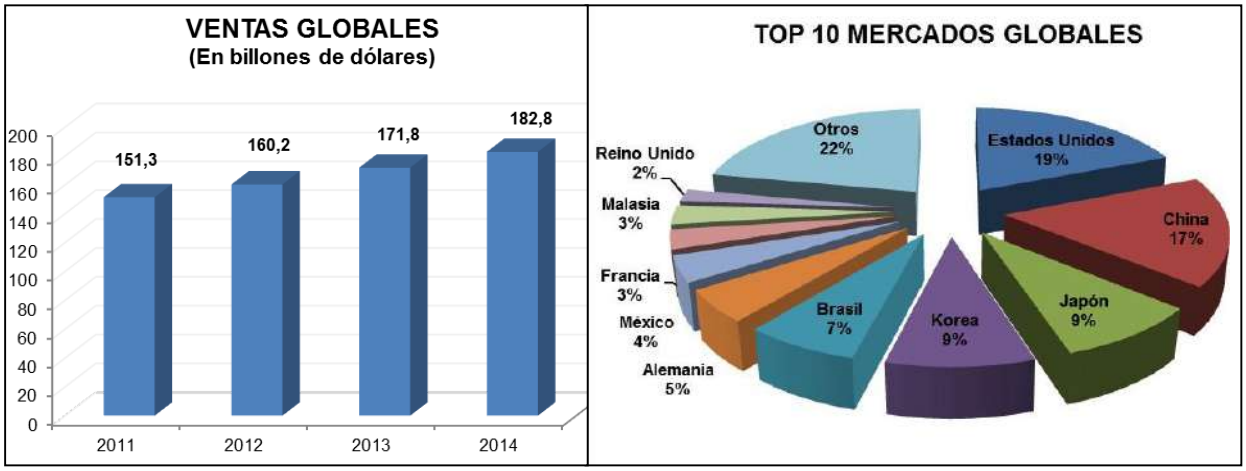
El marketing multinivel es una estrategia de comercialización complementaria a la venta directa; tiene varias denominaciones entre las que se encuentran: venta multinivel, Multi Level Marketing (MLM), venta en red o marketing en redes, Network Marketing, Networking, entre otras, todas ellas utilizan el sistema de venta directa y se enfocan en la forma del pago de compensaciones a los representantes de ventas; para el presente estudio se utilizará la terminología de marketing multinivel.

El marketing multinivel es un negocio de venta directa que estimula a los vendedores independientes mediante un sistema de compensaciones por sus ventas y por las ventas de las personas que incorporan en sus redes. Entre los conceptos que se pueden asociar al Marketing Multinivel o Network Marketing está el descrito por la Federación de Asociaciones Europeas de Venta Directa, la cual lo define como: "Un negocio de venta directa mediante el cual se ofrece a los consumidores productos y servicios para su consumo final a través de ventas realizadas por una red de distribuidores independientes. Estos distribuidores pueden recibir una compensación por sus propias ventas de productos y servicios a los consumidores, así como por las ventas generadas por la red de distribuidores independientes que ellos hayan introducido en el negocio" (García 2004, 39). Desde el enfoque del distribuidor independiente, se puede concebir al marketing multinivel como un nivel superior al concepto tradicional de vendedor en el cual los recursos se generan en función de su propia capacidad; tomando en consideración que con el sistema multinivel el vendedor "se rodea de un equipo de vendedores que, a su vez, participan y colaboran en las ventas del equipo" (Ongallo 2013, 239).

La World Federation of Direct Selling Association WFDSA, o Federación mundial de Ventas Directas es una entidad fundada en 1978 con el fin de representar a la industria de ventas directas a nivel mundial y promover los más altos niveles de conducta honrada en el comercio global del sector.

La venta directa es una estrategia de negocio que ha ido ganando terreno en el mercado global, así, según la WFDSA el negocio de venta directa mueve alrededor de 183 billones de dólares alrededor del mundo, siendo Asia la región que maneja alrededor del 45% participación.

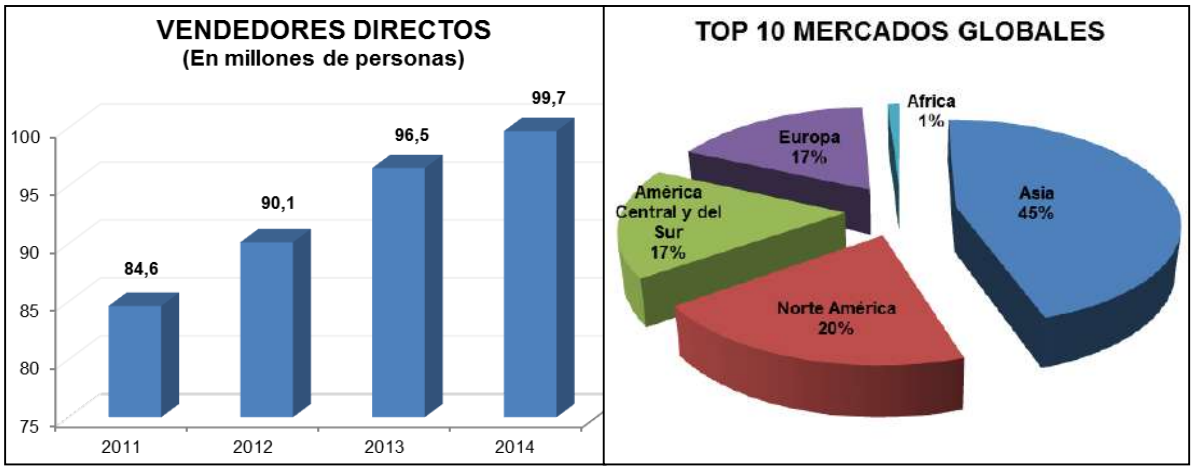
Gráfico 1 - Venta global y participación de venta directa por países



Fuente: (WFDSA, Annual Report 2015, 13)

Para el año 2014 alrededor de cien millones de personas fueron vendedores independientes y se tuvo un crecimiento del 3.4% con relación al año 2013, el crecimiento en América fue del 5.7% alcanzando los 33.1 millones de personas y Estados Unidos es el país con mayor participación de venta directa en el mercado.

Gráfico 2 - Venta directa y vendedores independientes a nivel mundial



Fuente: WFDSA, Annual Report 2015

El reporte también explica la participación de la venta directa en el mercado Sudamericano y presenta una tabla con el nivel de ventas por país:

Tabla 1 - Venta directa por países de Centro y Sudamérica

Region/Country		2014 Retail Sales (1) Local Currency (millions)	2014 Retail Sales (1) US$ (millions)	% Sales Change (YOY) in Constant 2014 US$ (2)	3-Year CAGR in Constant 2014 US$ (2011-14)	Direct Sellers (3)
South & Central America		na	31,136	4.6% ▲	7.8%	14,120,533
Argentina		14,310	1,771	37.7% ▲	28.8%	715,000
Bolivia	(4)(5)	2,261	327	-3.8% ▼	11.8%	297,010
Brazil		30,637	13,037	0.2% ▲	6.7%	4,495,153
Chile	(5)	268,356	471	3.3% ▲	5.4%	341,943
Colombia		6,255,099	3,125	10.4% ▲	7.5%	2,023,948
Ecuador		922	922	6.0% ▲	9.5%	1,004,000
Mexico		105,975	7,974	2.1% ▲	5.9%	2,200,000
Peru	(4)	5,320	1,873	5.7% ▲	7.5%	484,369
Uruguay	(5)	2,175	94	17.0% ▲	13.1%	92,700
Venezuela	(2)(5)	22,400	747	40.0% ▲	19.8%	1,417,950
Central America/Caribbean	(5)	na	770	2.0% ▲	3.0%	1,022,640
Other South & Central America	(5)	na	26	4.0% ▲	9.2%	25,820

Fuente: (WFDSA, Annual report 2015, 16)

Como se puede observar, Ecuador para el 2014 tenía un promedio de venta de 922 millones de dólares y alrededor de un millón cuatro mil vendedores independientes, con la aclaración de que en este grupo de vendedores se encuentran:

- Vendedores independientes que están formando sus propios negocios de venta directa y sus redes de comercialización

- Vendedores a tiempo parcial que ven a la venta directa como una opción para la obtención de ingresos extras

- Individuos que utilizan los productos para autoconsumo, aprovechan los descuentos que la empresa ofrece y no se dedican a la venta de los mismos. Las ventas más representativas en el Ecuador son en el sector “Cosméticos y Cuidado Personal” con una participación del 55% seguido por “Ropa y accesorios” con el 17%, “Bienestar” con el 16% y “Cuidado del Hogar” con el 7%. (WFDSA, World Federation of Direct Selling Associations 2015).

Entre las principales empresas de venta directa y marketing multinivel del sector cosmético podemos mencionar:

Amway

- Historia: Inicio en 1959, con el detergente L.O.C. - Limpiador Orgánico Líquido. Se trató del primer producto de limpieza concentrado, biodegradable y sin riesgo para el medioambiente (Amway 2016).

- Líneas de Producto: Productos del hogar y categorías de salud y belleza.

- Compensaciones: Ganancia de margen en la venta de productos, Bonificaciones mensuales basadas en rendimiento e Incentivos de crecimiento

Avon

- Historia: Fundada en 1886 bajo el nombre de “The California Perfume Company” por David McConnell en Estados Unidos, inicia su venta con un set de 5 fragancias y en 1939 se cambia su nombre por Avon

- Líneas de Producto: Productos cosméticos y categoría de Moda y Casa con bisutería, accesorios, ropa y productos para el hogar

- Compensaciones: Ganancia de margen en la venta de productos y “Plan ejecutivo de Carrera”

Mary Kay

- Historia: Fundada en 1963 por Mary Kay Ash con 5 productos, en 1964 presenta una línea completa de productos de cuidado para hombres (Mary Kay 2016)

- Líneas de Producto: Productos cosméticos, fragancias y cuidado personal

- Compensaciones: Ganancia de margen por venta de productos, 50% de toda la venta y ganancia por ventas del equipo

Yanbal

- Historia: Fundado en Perú por Fernando Belmont en 1967, su nombre se inspiró en el nombre de su hija Janine y el femenino de su apellido, empezando con la marca Yanbal.

- Líneas de Producto: Productos cosméticos, fragancias y cuidado personal

- Compensaciones: Ganancia por margen de venta de productos y por la venta de equipos mediante la “Escalera del Éxito”

Belcorp

- Historia: Inicia con la apertura de Yanbal, al ser un negocio familiar de los hermanos Fernando y Eduardo Belmont, en 1985 nace la marca Ebel en Colombia y para 1991 se lanza Ebel en Perú, tiempo para el cual la empresa deja de utilizar la marca Yanbal para la comercialización de sus productos. (Belcorp 2016)

- Líneas de Producto: L’ebel se enfoca en tratamiento facial, maquillaje y fragancias, Esika maquillaje y fragancias y Cyzone es la línea juvenil.

Según la Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, en su “Estudio de Impacto Sector Venta Directa” (AEVD, Asociación Ecuatoriana de Venta Directa 2015, 10) para el año 2014 alrededor de 950.000 personas se encontraban trabajando como vendedores independientes y sus principales características son:

Tabla 2 - Perfil de representantes de venta directa

PERFIL	CARACTERIZACIÓN				
Género	Femenino		Masculino		
	95%		5%		
Edad:	De 18 a 25	26 a 35	36 a 45	Más de 45 años	
	10%	20%	22%	48%	
Estado Civil	Casadas		Solteras		
	52%		18%		
Nivel de Instrucción	Primaria	Secundaria	Universitario Incompleto	Técnico/Tecnológico Completo	Universitario Completo
	23%	38%	15%	4%	20%

Fuente: Estudio de Impacto Sector Venta Directa, AEVD, 2018

Según el mismo estudio, el 63% de personas ingresó al negocio de venta directa por amistades o conocidos, el 18% por una consultora o asesor de ventas, el 15% por un familiar, el 2% por una directora de ventas y el 2% final por otros medios como internet.

Entre las principales motivaciones para iniciar con un negocio de venta directa, el estudio señala que el 43% lo hace por ganar dinero, el 18% para autoconsumo, el 10% para tener un negocio propio y el 8% para obtener ingresos extras para la familia; es importante señalar que el 43% de las personas encuestadas manifiesta que mantiene su negocio entre 3 y más de 6 años y el 48% lo ha mantenido por menos de 2 años.

Adicionalmente, el Estudio de Impacto reporta que el 65% de personas tiene dedicación a tiempo completo a su negocio y el 35% lo hace a tiempo parcial y los ingresos obtenidos por las ventas los destinan en un 70% a gastos mensuales. Entre los beneficios percibidos de ser distribuidor independiente se señalan 37% tener independencia, no tener jefes, 23% ganar dinero y apoyar económicamente en el hogar, 18% tener horarios flexibles y disponer de libertad de tiempo, 11% disponibilidad para la familia, 7% desarrollar nuevas habilidades, trabajo en equipo, liderazgo, ventas, entre otros y un 4% conocer gente nueva y hacer nuevas relaciones.

Tabla 3 - Empresas de venta directa y marketing multinivel del sector cosmético en Ecuador

Ranking	Empresa	Actividad	Ingresos
72	YANBAL ECUADOR S.A.	Fabricación de diversos productos químicos	210,037,330
119	PRODUCTOS AVON (ECUADOR) S.A.	Comercio al por menor	149,857,231
145	GRUPO TRANSBEL S.A.	Fabricación de diversos productos químicos	125,713,339

Fuente: Revista Ekos, Ranking Empresarial 2015

El crecimiento de las empresas de venta directa de cosmético se evidencia también en el nivel de importaciones, en el periodo analizado, se puede observar el siguiente desempeño:

Tabla 4 – Importaciones de cosméticos por empresa: productos labiales (USD CIF)

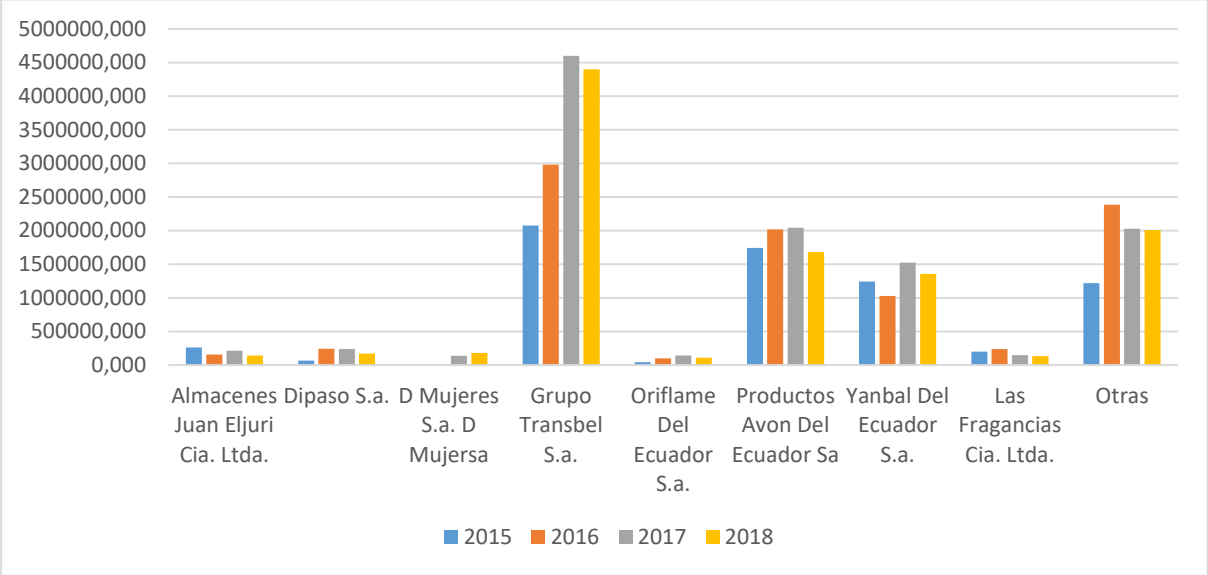
IMPORTADOR	2015	2016	2017	2018
Almacenes Juan Eljuri Cia. Ltda.	262061,420	155152,420	211799,870	141423,040
Dipaso S.a.	63653,282	239447,358	237207,000	170831,780
D Mujeres S.a. D Mujersa	0	0	137996,160	178479,570
Grupo Transbel S.a.	2075933,036	2979924,768	4597171,760	4400427,160
Oriflame Del Ecuador S.a.	38981,487	99400,576	142933,470	105067,080
Productos Avon Del Ecuador Sa	1743347,281	2017480,001	2040650,970	1676840,320
Yanbal Del Ecuador S.a.	1240072,009	1027959,222	1519713,350	1356522,140
Las Fragancias Cia. Ltda.	198977,925	236620,988	145823,300	130182,600
Otras	1217718,74	2382960,899	2025176,600	2008003,710
TOTAL	**6840745,178**	**9138946,232**	**11058472,480**	**10167777,400**

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Las importaciones detalladas en la tabla 4 anterior, evidencian la importancia y el nivel de crecimiento de las importaciones de este tipo de productos, así también se compara las importaciones por parte de reconocidas empresas que usan canales tradicionales de venta.

Entre los principales socios comerciales para estos productos se tienen a Colombia, Perú, Estados Unidos y China, país con el cual el comercio en muchos productos toma gran importancia.

Gráfico 3 – Importaciones de cosméticos por empresa: producto labial (USD CIF)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Gráficamente se puede observar la superioridad de las importaciones realizadas por las empresas de venta multinivel y las empresas con canales tradicionales, donde también es importante resaltar el incremento de empresas que se han registrado como importadores de este tipo de productos.

Otro rubro importante es el comportamiento de maquillaje para para el rostro, consistente en polvos compactos, el cual se puede analizar a continuación:

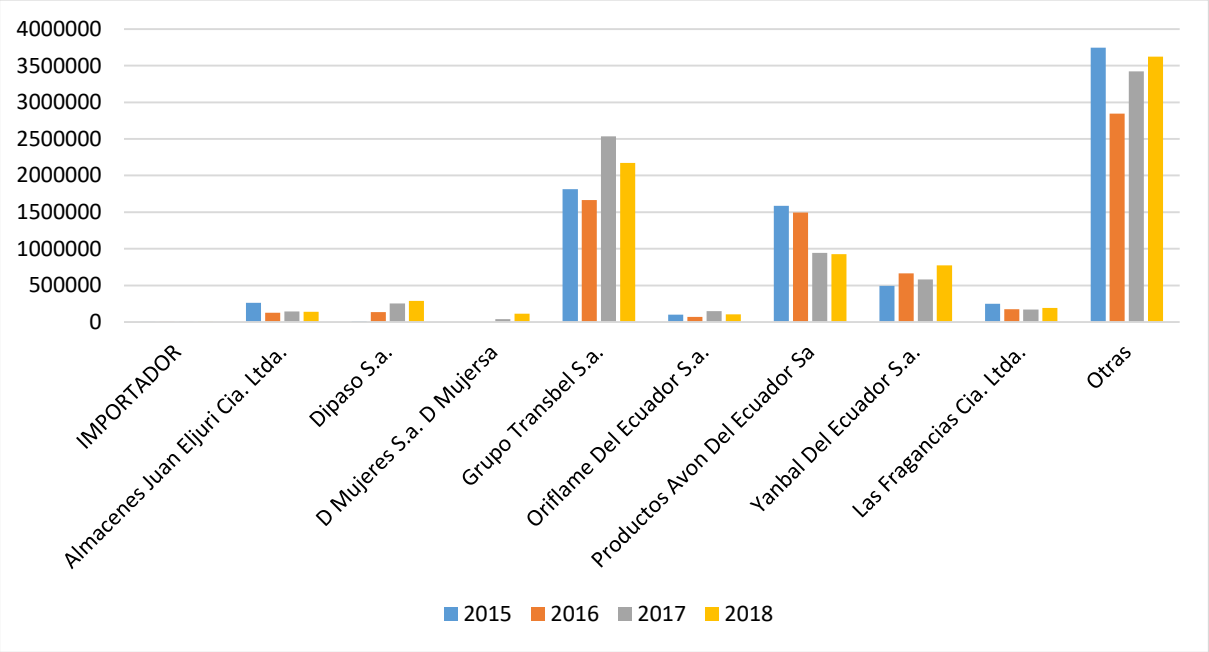
Tabla 5– Importaciones de cosméticos por empresa: producto polvos faciales (USD CIF)

IMPORTADOR	2015	2016	2017	2018
Almacenes Juan Eljuri Cia. Ltda.	262841,41	128782,30	142650,04	140905,00
Dipaso S.a.	13793,42	133982,62	252109,27	289186,31
D Mujeres S.a. D Mujersa	0,000	0,000	37881,96	113507,87
Grupo Transbel S.a.	1813541,45	1665248,05	2535187,94	2171978,45
Oriflame Del Ecuador S.a.	101377,76	68699,45	148700,64	106277,49
Productos Avon Del Ecuador Sa	1586783,99	1494086,64	946163,92	927735,34
Yanbal Del Ecuador S.a.	494184,62	666540,02	583168,87	773408,99
Las Fragancias Cia. Ltda.	249138,93	175866,59	168620,88	192316,50
Otras	3744695,79	2845395,31	3422560,61	3624423,50
TOTAL	**8266357,38**	**7178600,98**	**8237044,13**	**8339739,45**

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

En este caso si bien es cierto el nivel de importaciones es menor comparado con el producto anterior, el mismo es mayoritariamente adquirido por empresas multinivel. Gráficamente se puede observar dicho comportamiento.

Gráfico 4 – Importaciones de cosméticos por empresa: producto polvos faciales (USD CIF)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

En tanto que al analizar las importaciones de maquille para ojos, tenemos los siguientes datos:

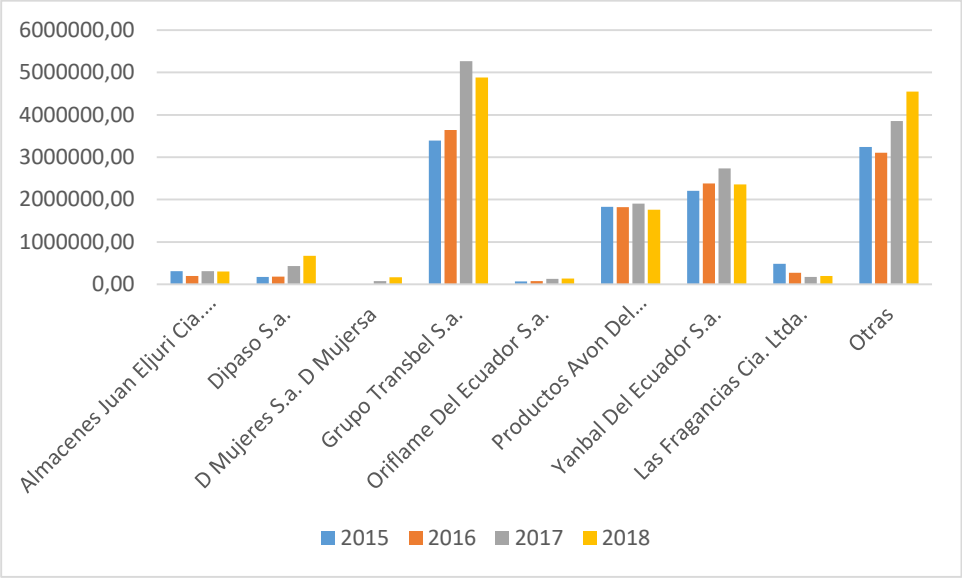
Tabla 6– Importaciones de cosméticos por empresa: producto maquillaje para ojos (USD CIF)

IMPORTADOR	2015	2016	2017	2018
Almacenes Juan Eljuri Cia. Ltda.	308457,87	197280,77	310777,97	300309,26
Dipaso S.a.	171788,90	182414,21	429039,08	674510,83
D Mujeres S.a. D Mujersa	0,000	0,000	75612,75	165032,18
Grupo Transbel S.a.	3394875,39	3643313,03	5267138,05	4881120,42
Oriflame Del Ecuador S.a.	67689,69	75855,84	125949,71	136177,77
Productos Avon Del Ecuador Sa	1830512,99	1820907,02	1905511,02	1764274,52
Yanbal Del Ecuador S.a.	2205702,212	2381542,67	2734132,40	2359935,69
Las Fragancias Cia. Ltda.	485856,08	275172,44	175050,81	200615,74
Otras	3241274,84	3103735,40	3856545,80	4549254,85
TOTAL	**11706157,98**	**11680221,40**	**14879757,59**	**15031231,26**

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Las importaciones de maquillaje para ojos, de igual manera experimentan un crecimiento notorio en el periodo de análisis, similar a los productos anteriores, el comercio se centra mayoritariamente en empresas que desarrollan marketing directo.

Gráfico 5 – Importaciones de cosméticos por empresa: producto maquillaje para ojos (USD CIF)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

En el gráfico se puede observar la participación de las empresas de venta directa sobre las empresas cuyo canal de comercialización se maneja por medios tradicionales de comercialización.

CONCLUSIONES

Las empresas de venta directa y marketing multinivel, tienen un crecimiento cada vez más notorio en un sector en el cual por las tendencias actuales de la moda y parámetros sociales de la imagen ha sido impulsado de manera general.

Las importaciones realizadas por este tipo de empresas, se genera por un consumo mayor, por ende, el impacto en la generación de empleo, que si bien es cierto no es formal, permite a los hogares dedicados a la comercialización de este tipo de productos disponer de ingresos de subsistencia.

El sector de los cosméticos está en permanente crecimiento y evolución por las tendencias de la moda y del concepto de belleza que varía de acuerdo a las diferentes generaciones.

El sector de los cosméticos involucra varias líneas de estudio, en el presente, se ha limitado a los cosméticos para el rostro esenciales, dado que se consideran cosméticos también a las preparaciones capilares, faciales y dérmicas no medicadas, por tanto, el presente estudio es una primera etapa del alcance que tiene el sector.

BIBLIOGRAFÍA

AEVD (Asociación Ecuatoriana de Venta Directa). 2015. Estudio de Impacto Sector Venta Directa.Consulta:25defebrerode2016

<http://aevd.ec/archivos/PresentacionESTUDIODEMERCADO2015.pdf> Amway.2016. AmwayHeritage,Consulta:18defebrero

<http://www.amway.com/about-amway/our-company/heritage>

Arenas, Edwin. 2016. Marketing de Atracción y Negocios Multinivel en Internet.Consulta: 20 de abril <http://edwinarenas.com/marketing-multinivel- que-es-estrategia-duplicable>

AVD (Asociación de Empresas de Venta Directa). 2016. Qué es la venta directa.

Consulta: 10 de febrero <http://www.avd.es/ventadirecta/index.html>

Avon.2016.Avontusherramientas,Consulta:15demarzo

<http://www.avon.com.ec/PRSuite/brindamos_herramientas.page>

Avon.2016.LaCompañíaparalaMujer.Consulta:16demarzo

<http://www.avon.com.ec/PRSuite/whoweare_main.page>

Beas, Miguel Angel. 2007. Millonarios por Multinivel. Victoria: Trafford, 2007. Belcorp.2016. Creeenti.Consulta:25demarzo

<http://www2.uneteabelcorp.com/ecuador/apoyo.html>

Belcorp.2016.NuestraHistoria.Consulta:18defebrero

<https://www.belcorp.biz/somosbelcorp/historia.html#1>

Belcorp.2016.Quienessomos.Consulta:16demarzo.

<http://www2.uneteabelcorp.com/ecuador/nuestra-mision.html>.

Christopher, Martin, Payne Adrian y Ballantyne David. 1994. Marketing Relacional: Integrando la calidad, el servicio al cliente y el marketing. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Díaz Cortez, Octavio Maza. 2006. Las Ventas Multinivel, Análisis de Formas de Trabajo Asociadas, Primera Edición, México

Ekos. 2015. 1.000 Ranking Empresarial 2015.Ediecuatorial, No. 256, Agosto 2015

Ekos. 2014. Panoramas Empresas Ediecuatorial, Agosto, 2014: 12. García, María Dolores. 2004. Marketing Multinivel. Madrid: ESIC Editorial

MaryKay.2016.Séconsultoradebelleza.Consulta:18defebrero

<http://www.marykay.com/es- US/BeABeautyConsultant/Paginas/Default.aspx>

Ongallo, Carlos. 2013. El libro de la Venta Directa: El Sistema que ha transformado la vida de Millones de Personas. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 2013.

Pedroza, Henry y Dicovskyi Luis. 2007. Sistema de Análisis Estadístico con SPSS.

Managua: IICA, INTA

Presidencia República del Ecuador. 2015. Comunicado oficial: nuevo sistema de salvaguardias. Consulta: 14 de mayo de 2016.

<http://www.presidencia.gob.ec/comunicado-oficial-nuevo-sistema-de- salvaguardias>

Rivas, Javier Alfonso; Grande Esteban, Ildefonso. 2004. Comportamiento del Consumidor, Decisiones y Estrategias de Marketing. Madrid: ESIC

Rivera, Jaime; Arellano Cueva, Rolando; Molero Ayala, Víctor. 2013. Conducta del Consumidor, Estrategias y Políticas aplicadas al Marketing. Madrid: ESIC

Santesmases, Miguel. 2009. Dyane Versión 4 Diseño y Análisis de Encuestas de Investigación Social y de Mercados. Madrid: Ediciones Pirámide

SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). 2012. Transformación de la Matriz Productiva, revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano. Documento de trabajo, Quito: Senplades

Soriano, Claudio. 1990. El Marketing Mix: Conceptos, Estrategias y Aplicaciones.

Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Superintendencia de Compañías. 2016. Ranking Empresarial de los Entes Controlados por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Ranking Empresarial, Quito.

Viteri, María Fernanda. 2014. Análisis del Modelo de Gestión de Ventas e Incentivos de una Empresa de Venta Directa de Maquillaje, Avon Ecuador. Teoría y Evidencia. tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador

WFDSA, World Federation of Direct Selling Associations. 2015 Annual report 2015. Consulta: 15defebrerode2016.< http://www.wfdsa.org/documents/library/annual-report-2015.pdf >

WFDSA, World Federation of Direct Selling Associations 2015. Global Sales by Product Category – 2014. Consulta: 15 de febrero de 2016.

<http://www.wfdsa.org/files/pdf/global-stats/product-report-2014.pdf>.

WFDSA, World Federation of Direct Selling Associations. 2015. What is Direct Selling? Consulta:10defebrerode2016.

<http://www.wfdsa.org/about_dir_sell/?fa=whatisds>

Yanbal. 2016. Directoras Independientes, Yo elijo llegar lejos. Consulta: 28 de febrero.

<http://www.yanbal.com/ecuador/company/directorasindependientes>.

Yanbal.2016.Quiénessomos?Consulta:28defebrero

<http://www.yanbal.com/ecuador/company/quienessomos>.

015. ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE MARKETING PARA EL RECONOCIMIENTO DE UNA NUEVA MARCA DE PRODUCTOS EN EL SECTOR INDUSTRIAL DE CLIMATIZACIÓN EN EL MERCADO GUAYAQUILEÑO 2019.

Autores:

Miguel Ángel García Torres
Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador
Ingeniero en Administración de Empresas con énfasis en Marketing
mgarciat@est.ecotec.edu.ec
miguel_izm13@hotmail.com

Stefanie Alexandra Flores González, Mgs.
Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador
Docente y Coordinadora Académica de la Facultad de Marketing y Comunicación
Asesora Independiente en Planificación de Marketing, Ecuador
Máster en Comunicación y Marketing (Ecuador)
sflores@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El entorno cambiante de marketing puede convertirse en un foco de problema para ciertas compañías en un mercado, especialmente, cuando estas no son capaces de adaptarse rápidamente. Sin embargo, las compañías que comprenden el mercado y plantean estrategias a largo plazo, son capaces de transformar el problema en una oportunidad única de negocio. La presente investigación muestra cómo una empresa especialista en climatización industrial y comercial se enfrentó a un cambio en su entorno político y rápidamente ingresó al mercado una nueva marca de gas refrigerante con una característica ecológica y amigable con el medio ambiente. Dado su nuevo producto y marca en el sector industrial, se planteó como objetivo determinar estrategias y tácticas de marketing que le permitirían lograr el reconocimiento de la misma en su mercado meta. A través de las metodologías de investigación exploratoria y descriptiva, esta última mediante el uso de encuestas dirigidas a ingenieros y técnicos que forman parte de la base de datos de la empresa objeto de este estudio, se lograron definir segmentos de mercado, identificar un posicionamiento y definir las mejores estrategias y tácticas de marketing que ayudarían a cumplir con el reconocimiento de esta nueva marca de refrigerantes en el mercado industrial y comercial guayaquileño durante el año 2019.

Palabras claves: Marketing, empresarial, industrial, macroentorno, refrigerante.

INTRODUCCIÓN

Dada la creciente problemática ambiental a nivel mundial, se han desarrollado varios convenios y tratados internacionales como el convenio de Viena, para la protección de la capa de ozono, el protocolo de Montreal sobre sustancias que perjudican la capa de ozono, el protocolo de Kyoto sobre el cambio climático, los cuales limitan a los países en la continuidad de uso de productos tóxicos o promueven cambios en procesos que garanticen el cuidado del medio ambiente. Según, (Eppelin, 2016) en el protocolo de Montreal se establece una serie de metas de reducción de producción y consumo de sustancias que agotan la capa de ozono y en especial, respecto de los clorofluorocarbonos y los halones. (pág.86).

El respaldo a este tipo de tratados va de la mano con las leyes ecuatorianas, como en el artículo 14, Capítulo segundo de los Derechos del buen vivir, sección segunda del Ambiente sano, explica que: “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay”. (Constitucion de la Republica del Ecuador, 2008)

En el año 2015, Ecuador firmó el tratado del Protocolo de Montreal declarando que, para el año 2020, se debe eliminar del mercado un gas refrigerante tóxico, ampliamente utilizado en los acondicionadores de aire doméstico y otros productos de refrigeración a nivel industrial y comercial, denominado R22.

La empresa Refrigerant, con más de 16 años en el mercado industrial, pretende cambiar el consumo en el Ecuador de un gas refrigerante tóxico a uno de carácter ecológico, que maneje niveles de toxicidad nulos, evite el aumento del calentamiento global y no dañe la capa de ozono, por lo que, en el año 2018, introdujo al mercado guayaquileño el producto Isceon MO29 que cumple con los parámetros para la aceptación en el país respetando el Tratado de Montreal antes mencionado.

Como empresa responsable y actualizada respecto a sus entornos de marketing cambiantes, la compañía ejecutó un análisis de variables de macroentorno, cuyo punto focal estuvo en el entorno natural y político. Según (Kotler y Armstrong, 2013), la legislación empresarial, que corresponde al entorno político, tiene entre otras, un propósito de protección de los intereses de la sociedad, dado que el comportamiento empresarial no siempre crea una mejor calidad de vida para todos, por tanto, al ser regulado por el gobierno, se asegura que las empresas sean responsables de los costos sociales de su producción o productos. Por otro lado, el entorno natural que según (Kotler y Armstrong, 2013), casi siempre es afectado por la industria, requiere un mayor cuidado que contribuya a la perdurabildiad de la capa de ozono y recursos naturales.

La empresa Refrigerant consciente de las variables de macroentorno y las regulaciones del Estado ecuatoriano frente a temas ambientalistas, consiguió la representación del producto Isceon MO29 en Ecuador y se arriesgó a que, pese a que sigue en vigencia el gas refrigerante R22 con una amplia participación de mercados, lanza su nueva marca de refrigerante ecológico, no únicamente por cumplir con regulaciones ambientalistas, sino destacar todos los atributos de rendimiento ante el uso de este nuevo producto en la industria de refrigeración.

Dado que, las empresas deben plantear estrategias que les permitan mantenerse en el largo plazo, esta empresa requería también para este tipo de productos, definir las estrategias de marketing que, según (Espinoza, 2015), las mismas tienen como objetivo identificar y priorizar cuáles serán los productos de mayor potencial y rentabilidad, analizar el target y la segmentación, enfocarse en el público, definir el posicionamiento de marca que se quiere conseguir en la mente de los consumidores y trabajar de manera estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix (producto, precio, plaza y promoción).

Una de las claves estratégicas del marketing es la definición de sus segmentos de mercado. Según (Kotler y Armstrong, 2017) "Los compradores de negocios se segmentan de manera geográfica, demográfica (por industria, por tamaño de la compañía) o por los beneficios que buscan, el estatus del usuario, la frecuencia de uso y el grado de lealtad" (p.206). Sin embargo, los mismos autores destacan que existen otras características como las características de operación, factores situacionales u otros que al parecer los negocios podrían aplicar dependiendo del giro de negocio.

Una vez definido el segmento, se elige entre varias, una característica distintiva de la marca que el cliente meta valore, declarada a través del posicionamiento que, para ser diseñado de manera correcta, la empresa debe conocer previamente las cualidades que aportan valor a sus clientes, así como reconocer cómo se encuentra la empresa en la actualidad respecto a la competencia y el posicionamiento al que se piensa llegar y su viabilidad. (Rodríguez, Comercialización de los canales de distribución, 2009).

La empresa Refrigerant aplicó una estrategia de crecimiento denominada Desarrollo de Productos, que forma parte del cuadrante de la matriz de Ansoff que implicó llegar al mismo mercado actual (clientes actuales) con productos nuevos. Muera y Rodríguez (como se citó en (Vía, 2016), plantean estrategias para este cuadrante: Crear y lanzar nuevos productos, Expansión de la línea de productos, rejuvenecimiento de una línea de productos, entre otros.

Siendo un producto recientemente ingresado al mercado guayaquileño, según la teoría del economista estadounidense, Raymond Vernon, acerca del ciclo de vida del producto, Raymond (como se citó en (50minutos.es, 2016), haría interpretar que este producto debería encontrarse en la primera etapa del ciclo de vida denominada Lanzamiento o nacimiento, en donde se requieren altos niveles de inversión en promoción consecuentes para que el mercado conozca el producto.

Como producto nuevo, se podría considerar también estrategias de precios como la de Penetración de mercado en la que, según Kotler y Armstrong, 2017: "Las empresas fijan un precio bajo inicial para penetrar en el mercado con rapidez y profundidad, es decir, para atraer a una gran cantidad de compradores rápidamente y ganar una gran participación de mercados" (p.325). Un gran volumen de ventas podría disminuir los costos y así beneficiar a la empresa. Si el mercado es sensible a los precios esta podría ser una excelente alternativa de ingreso de productos al mercado.

La propuesta de promoción que se plantea para el nuevo producto, está enmarcada en el concepto de comunicaciones integradas al marketing que, según Kotler y Armstrong (como se citó en (Estrella & Segovia, 2016)) implican la integración cuidadosa y coordinada de todos

los canales de comunicación que la empresa utiliza para entregar un mensaje claro, coherente y convincente sobre la organización y sus productos (p.19).

Mediante el uso de los métodos de investigación exploratorio y descriptivo, se reconocieron los principales atributos valorados por los clientes empresariales de esta compañía, logrando definir un posicionamiento claro para los segmentos de mercado identificados también durante esta investigación. Con información de las encuestas se pudieron proponer las mejores herramientas que integran la mezcla de comunicaciones, y que denoten una integración mediante un solo objetivo de comunicación, logrando desarrollar comunicaciones integradas que aporten al reconocimiento de los principales atributos valorados por los clientes de esta nueva marca de refrigerante ecológico en la ciudad de Guayaquil.

DESARROLLO

La investigación de mercados, mediante la metodología descriptiva y con el uso de la herramienta de encuesta, partió con un universo poblacional de técnicos en refrigeración y climatización (Independientes, supermercados, talleres de refrigeración, industrias pesqueras y camaroneras, locales comerciales etc.) que la compañía mantenía en su base de datos.
Para la obtención de la muestra se utilizó la fórmula para una población finita:

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

Habiendo obtenido a partir de la misma:

Tabla 1: Datos para la muestra

n=	278,23
N=	376
Nivel de confianza (Z) =	1.96
Error muestral (e) =	3%
p=	0.5
q=	0.5

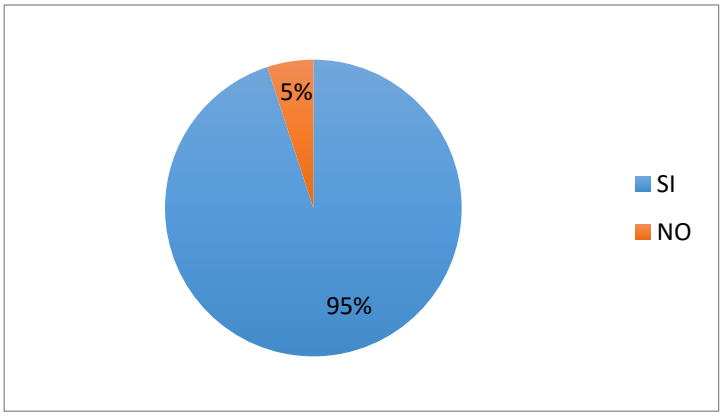
La encuesta se realizó entonces a 278 clientes de la empresa, elegidas por muestreo por conveniencia.

1.1 Análisis de los resultados de la encuesta

Tabla 2: ¿Actualmente consume el gas R-22 (Cfc)?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	264	95%
No	14	5%
Total	278	100%

Gráfico 1: ¿Actualmente consume el gas R-22 (Cfc)?



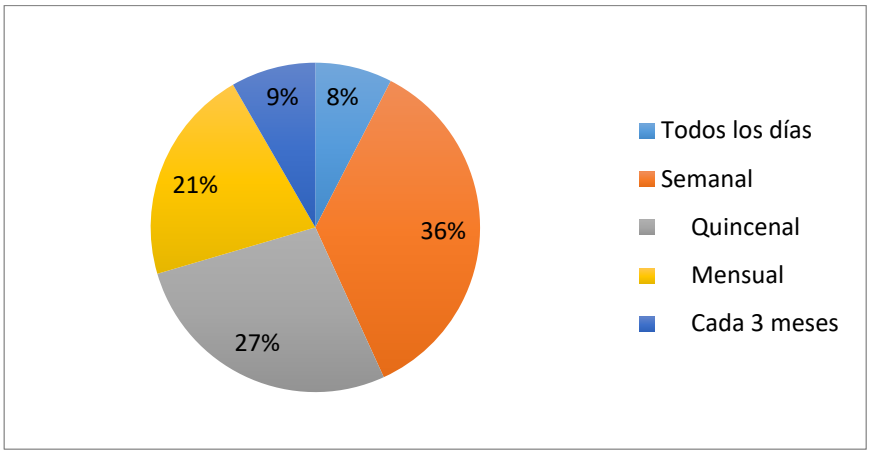
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

El 95% de los encuestados consumen el gas refrigerante R-22 y el 5% no lo consume, esto da indicios de uso actual de sustitutos posiblemente.

Tabla 3: ¿Con qué frecuencia compra dicho producto?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	20	8%
Semanal	94	35%
Quincenal	72	27%
Mensual	56	21%
Cada 3 meses	22	9%
Total	264	100%

Gráfico 2: ¿Con qué frecuencia compra dicho producto?



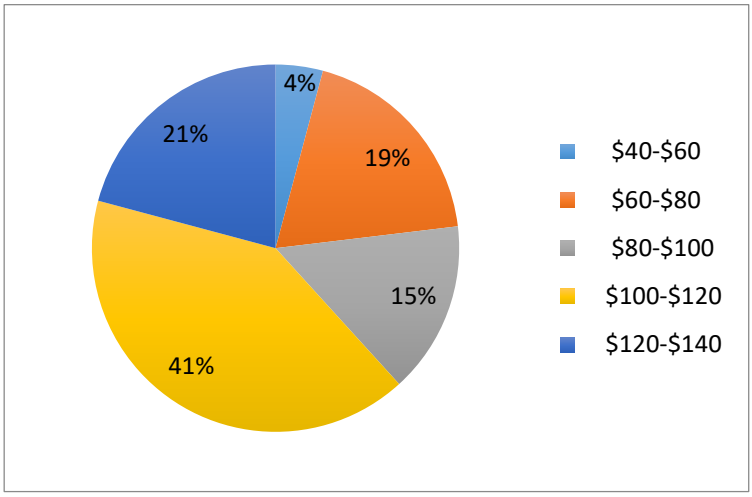
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

Con mayor frecuencia, se puede visualizar que un 35% de los clientes compran gas refrigerante, lo cual podría ser posible dado que los equipos de expansión directa son equipos antiguos y necesitan comprar el R-22, como segundo punto dió como resultado que el 27% realiza su compra de manera quincenal, lo que podría ser razonable para empresas con varias sucursales, por el consumo alto en compras para todas sus cadenas. Por el contrario, se analiza que existe un 8%, de rango minoritario de clientes, que ejecutan una compra diaria del R-22.

Tabla 4: ¿Cuánto paga actualmente en dólares por el gas R-22 en presentación de 30 libras?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
$40-$60	11	4%
$60-$80	50	19%
$80-$100	40	15%
$100-$120	108	41%
$120-$140	55	21%
Total	264	100%

Gráfico 3: ¿Cuánto paga actualmente en dólares por el gas R-22 en presentación de 30 libras?



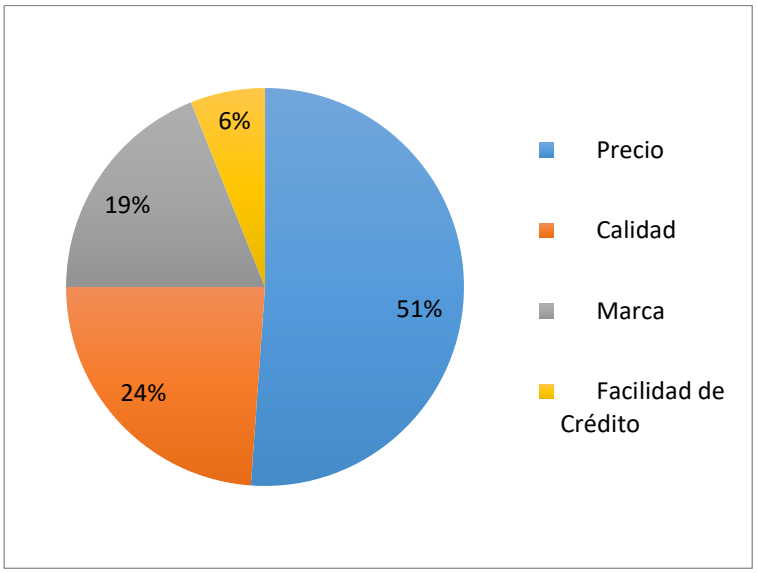
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

La mayor cantidad de personas encuestadas pagan un aproximado de $100-$120 dólares con un 41% recordando que el valor del gas refrigerante es muy cambiante por el tema de sus productos químicos es decir, que si el precio del gas sube mundialmente también sube en cualquier país que se comercializa, la menor cantidad de personas encuestadas pagan entre $40-$60, es importante destacar que en Guayaquil se comercializan muchas marcas de R-22 de calidad mala, buena y excelente y de eso depende mucho sus costos.

Tabla 5: ¿Qué factores considera Ud. al momento de comprar gas R-22?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Precio	135	51%
Calidad	63	24%
Marca	50	19%
Facilidad de crédito	16	6%
Total	264	100%

Gráfico 4: ¿Qué factores considera Ud. al momento de comprar gas R-22?



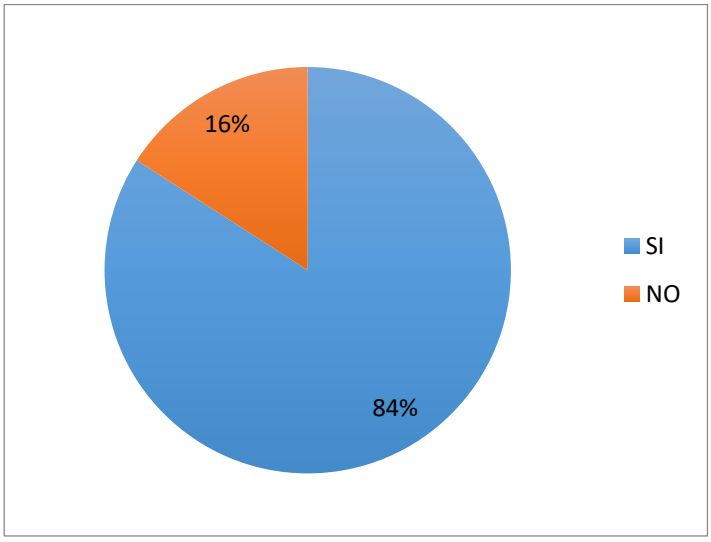
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

Un poco más de la mitad del porcentaje de los encuestados consideran que el precio es un factor muy importante para realizar la compra, otro factor a destacar que analiza el público encuestado es la calidad del producto según el 24% de los encuestados, esto podría estar relacionado a que si es un gas refrigerante malo es muy probable que los equipos se puedan quemar en corto tiempo o que su sistema de enfriamiento tenga daños en el compresor. Por último, uno de los factores menos analizados en la compra es la facilidad de crédito con un resultado del 6%.

Tabla 6: ¿Sabía Ud. que el gas refrigerante R-22 es actualmente uno de los gases más tóxicos del planeta?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	222	84%
NO	42	16%
Total	264	100%

Gráfico 5: ¿Sabía Ud. que el gas refrigerante R-22 es actualmente uno de los gases más tóxicos del planeta?



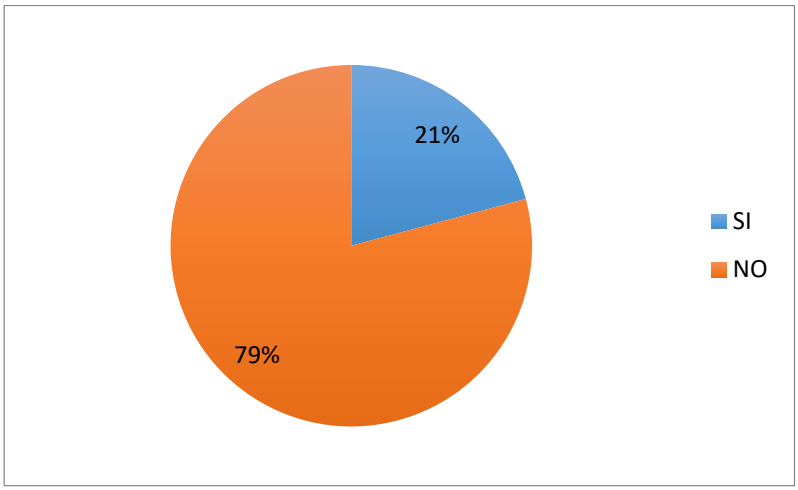
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

De las personas encuestadas el 84% conocen que el gas refrigerante R-22 es unos de los gases más tóxicos que existen en el planeta y el 16% de encuestados no, lo que se puede comprender es que una cantidad mínima de técnicos de refrigeración no tienen mucho conocimiento de los componentes que maneja el producto o son personas empíricas que trabajan en el área de refrigeración por pequeñas prácticas que han realizado en las empresas.

Tabla 7: ¿Conoce Ud. del nuevo gas refrigerante MO29?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	55	21%
NO	209	79%
Total	264	100%

Gráfico 6: ¿Conoce Ud. del nuevo gas refrigerante MO29?



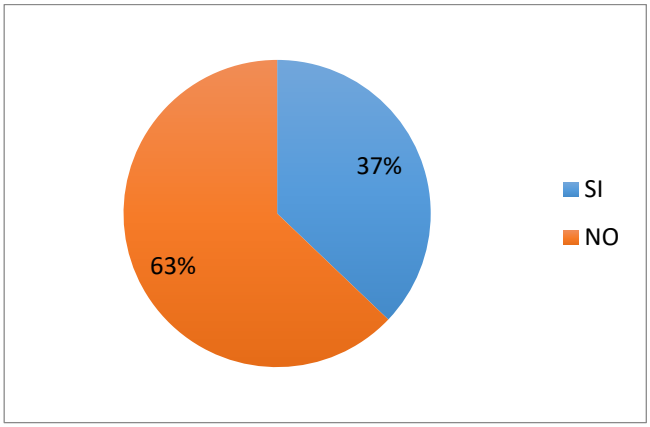
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

La mayoría de encuestados son clientes actuales de Refrigerant, sin embargo, apenas el 21% de ellos conocen el gas Isceon MO29 y el 79% no lo conocen, por lo que definitivamente la empresa debe trabajar en que sus clientes actuales y potenciales reconozcan el nuevo producto y sus beneficios.

Tabla 8: ¿Había escuchado del protocolo de Montreal que consiste en la eliminación del gas R-22 para el 2020 en Ecuador?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	98	37%
NO	166	63%
Total	264	100%

Gráfico 7: ¿Había escuchado del protocolo de Montreal que consiste en la eliminación del gas R-22 para el 2020 en Ecuador?



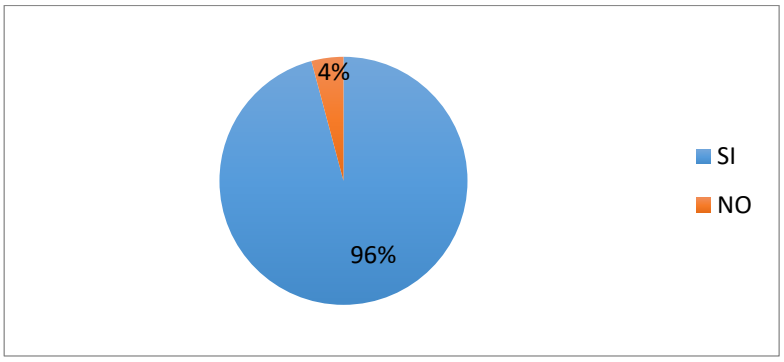
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

El 63% de encuestados no conocía sobre este tratado y la eliminación del gas que utilizan actualmente, lo que la empresa podría analizar como un factor a destacar en la comunicación del ingreso de este nuevo producto MO29 al mercado.

Tabla 9: ¿Con lo antes expuesto compraría Ud. el nuevo gas refrigerante MO29?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	253	96%
NO	11	4%
Total	264	100%

Gráfico 8: ¿Con lo antes expuesto compraría Ud. el nuevo gas refrigerante MO29?



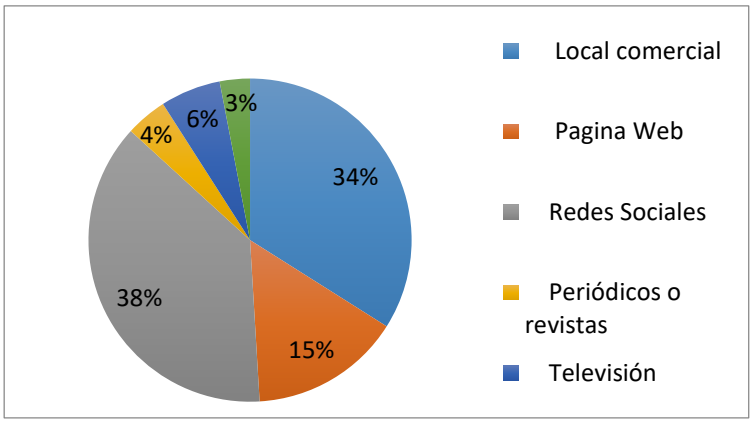
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

Da como resultado que el 96% si consumiría el gas refrigerante MO29 y el 4% aún no, sin embargo, podría ser porque desconocer si el gas será acto para la implementación en sus equipos de refrigeración.

Tabla 10: ¿Por qué medio de comunicación te gustaría enterarte de las promociones del gas MO29?

Medios de com.	Frecuencia	Porcentaje
Local Comercial	90	34%
Página Web	40	15%
Redes Sociales	100	38%
Periódicos o revistas	11	4%
Televisión	16	6%
Radio	3,03	3%
Total	264	100%

Gráfico 9: ¿Por qué medio de comunicación te gustaría enterarte de las promociones del gas MO29?



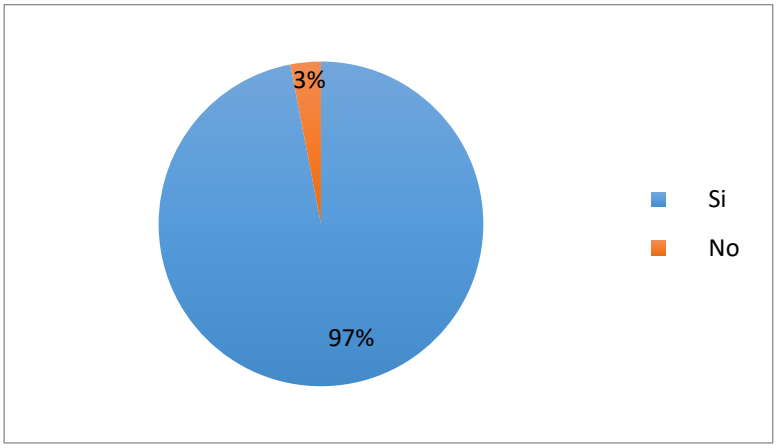
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

Como resultado de la pregunta realizada tenemos con un 38% de encuestados que prefieren enterarse de las promociones por redes sociales, por otra parte, también un gran número de encuestados prefieren ir al local comercial y poder analizar las promociones con el vendedor del mostrador.

Tabla 11: ¿Si la empresa Refrigerant te invitaría a una feria de climatización más grande de Ecuador para poder recibir capacitación del gas Mo29, asistirías?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	256	97%
No	8	3%
Total	264	100%

Gráfico 10: ¿Si la empresa Refrigerant te invitaría a una feria de climatización más grande de Ecuador para poder recibir capacitación del gas Mo29, asistirías?



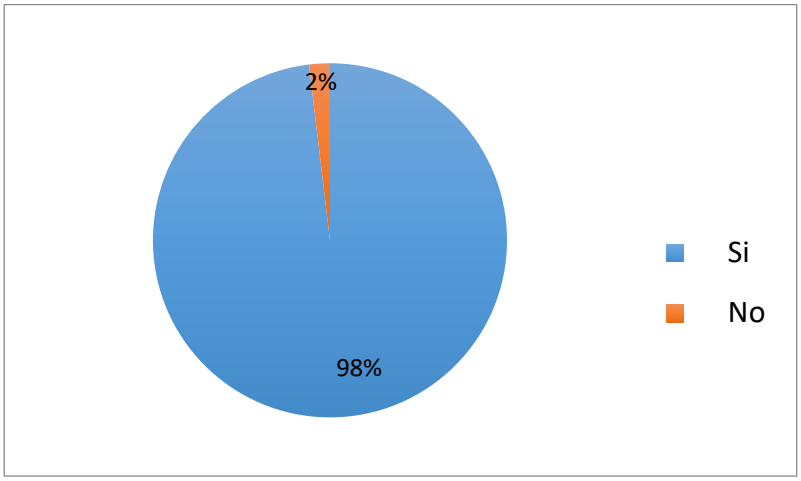
Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

Como resultado se obtuvo que el 97% de personas encuestadas si aceptarían ir a recibir capacitación del gas refrigerante MO29 y poder conocer de mejor manera el producto, sus beneficios y aplicación, el 3% dio como resultado que no irían, puede ser por factores de tiempo o distancias.

Tabla 12: Luego de escuchar los beneficios de nuevo producto ¿Recomendarías el gas refrigerante MO29 a otros técnicos que consumen actualmente el R-22? ¿Por qué?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	259	98%
No	5	2%
Total	264	100%

Gráfico 11: Luego de escuchar los beneficios de nuevo producto ¿Recomendarías el gas refrigerante MO29 a otros técnicos que consumen actualmente el R-22? ¿Por qué?



Fuente: Clientes de Refrigerant – desde el 2004 hasta 2019
Elaborado por: Los autores

Como última pregunta de la encuesta el 98% de encuestados afirmaron que sí recomendarían el gas refrigerante MO29 a otros técnicos y como respuestas del por qué lo harían contestaron que porque el producto parece ahorrar costos en mantenimiento de los equipos de refrigeración, como los compresores se calientan menos entonces se prolonga su vida útil, además no hay costos asociados al cambio del gas R-22 por el MO29 y una de las que más llamó la atención es que cuesta menos que el R-22 y se puede usar menos cantidad de producto al aplicarlo, lo que implica un ahorro para el cliente. El 2% no recomendaría por temas de dudas del producto o por fidelización a otras productos.

1.2 Propuesta

1.2.1 Segmentación: En base al análisis de sus clientes y resultados de la investigación se propone para esta compañía utilizar la variable conductual por "*frecuencia y volumen de compra*" como variable de segmentación, de manera que, se agrupen a los clientes por categorías: Frecuentes (compras entre diarias hasta quincenales), Frecuentes medios (mensual) y esporádicos (cada 3 meses).

1.2.2 Posicionamiento: Como principal ventaja competitiva se tiene el ahorro, tanto porque se usa menos producto que cuando se utiliza el R-22 y así mismo porque en futuro ahorra costos de mantenimiento de compresores, lo cual expresaron los encuestados en la pregunta en tabla 12. Por tanto, este producto comunicará como su variable de posicionamiento el *Ahorro.*

1.2.3 Estrategia de Producto: Para este producto se podría proponer una expansión de línea de productos hacia abajo, es decir, introduciendo potes de 600 gramos para el segmento "Esporádico", quienes podrían ser técnicos de refrigeración domésticos, que no necesiten grandes cantidades de producto y sea de fácil traslado.

1.2.4 Estrategia de Precio: Para este nuevo producto y dado que un poco más del 50% de los encuestados comentan que lo primordial al comprar una marca de refrigerante es el precio, seguido de la calidad, se considera oportuno proponer una estrategia de Penetración de mercados, estos precios bajos tendrían como objetivo disminuir el riesgo de cambio de marca, en un futuro cuando desaparezca el R-22 ya se espera haber alcanzado una interesante participación de mercado que permita mantener precios más bajos que la competencia.

1.2.3 Tácticas de promoción (comunicación):
Dado que se aplicarían 3 tipos de segmentos de mercado, esta propuesta de comunicación, se dirigirá al 91% de los técnicos y empresas, clientes que forman parte de los segmentos "frecuentes" y "frecuentes medios".
De las herramientas promocionales integrales se propone para esta campaña de reconocimiento al menos el uso de Publicidad y RRPP.

1.2.3.1 Relaciones Públicas: Para hacer presencia de marca y lograr un espacio adecuado de presentación del nuevo producto MO29, la empresa podría participar en la principal feria industrial y comercial, Expopesca del Pacífico Sur & Seafood show 2020, la cual se realiza una vez al año, el alcance esperado en base a experiencias pasadas de esta empresa es de 5500 potenciales clientes. Esta sería una forma de acercar el producto al cliente, considerando que las encuestas mostraron que el cliente quisiera conocer sobre promociones en el local comercial. Adicionalmente, en la feria se contratará una sala de conferencia, donde se llevará a cabo una capacitación de retrofit (método de aplicación) enfocado al gas refrigerante MO29 ofreciendo el producto en presentación de potes (600 gramos) a las personas que contesten preguntas de los expositores. Para esta actividad se estima una inversión aproximada de $8700 (ocho mil setecientos 00/100 dólares USD), que implica alquiler del espacio en feria, stand, horas vendedor, horas asistente logístico, modelo, impresión de invitaciones a la capacitación, dípticos y souvenirs.

1.2.3.2 Publicidad: Dado que las encuestas denotaron el interés de los clientes por la comunicación vía redes sociales, se considera oportuno el uso de al menos una de las principales redes sociales como Facebook. Con una inversión en pautas de $400 (cuatrocientos 00/100 dólares USD) durante los meses de abril a junio 2020, semanalmente se esperan alrededor de 12.000 personas alcanzadas e interacción de 1.000 personas, criterios de medición marcados en base a acciones anteriores en redes sociales.

La siguiente tabla muestra la forma de medición de la campaña de comunicación en los medios usados:

Medición de campaña 360	
Participación en feria Expopesca	La Feria Expopesca nos da una cantidad de contactos aproximados de asistentes al evento que son 5500, adicional los vendedores tendrán una hoja de contactos en la cual cuando se acerquen los clientes que estén interesados de algún producto se tomarán sus datos: Nombre, empresa a la que pertenece, teléfono ,correo y producto a su interés, para luego poder sacar una cantidad mas exacta de contactos dentro del evento.
Pautas en redes sociales	Se tendrá un control aproximado de 12000 alcances y 1000 interacciones semanalmente en la cual se invertirá $50 semanal, tendremos 8 semanas de actividad.
Capacitación dentro de la feria (retrofit) mejor aplicación del gas refrigerante MO29	Se medirá por medio de personas que reciban la capacitación ya que serán 3 días se sumara la cantidad de participantes y sacaremos el total de contactos que recibieron la capacitación

CONCLUSIONES

Una vez desarrollada la investigación, se llega las siguientes conclusiones:

- Mediante la fundamentación teórica se pudieron identificar qué estrategias y tácticas de marketing para productos en etapa de introducción, son las más convenientes para este nuevo producto de la empresa Refrigerant.
- Con el estudio de mercado dirigido a clientes de la empresa, se pudo constatar información como la sensibilidad en precios de este tipo de productos, así como el desconocimiento que se tiene de la marca y regulaciones del Estado Ecuatoriano que en un futuro cercano afectará a este mercado y los obligará a cambiar el actual competidor fuerte de MO29 que es el R-22. Esta información así como las propiedades del nuevo producto con conciencia ecológica pero que, a su vez causa ahorros para el consumidor, son temas de interés que los encuestados expresaron y que por tanto, se pueden usar de ventaja competitiva desde este año.
- Se propusieron estrategias de marketing para el reconociendo del nuevo gas refrigerante MO29 en el mercado Guayaquileño en el ámbito de refrigeración industrial y comercial, se presentó una propuesta de segmentación, posicionamiento, producto, precio y promoción haciendo énfasis en la inversión necesaria que se requiere mínimo para que los clientes potenciales ya conozcan la nueva opción que podrían usar desde ahora y comprar frecuentemente a partir que deje de estar en vigencia de uso el R-22.

BIBLIOGRAFÍA

50minutos.es. (2016). *El ciclo de vida el producto - Google libros.* Recuperado el 7 de Septiembre de 2019, de El ciclo de vida del producto - Google libros: https://books.google.com.ec/books?id=C2TyCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ciclo+de+vida+del+producto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiH4_6P87_kAhXOmVkKHQfKBCAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=ciclo%20de%20vida%20del%20producto&f=false

Ávila, V. (2015). *ANÁLISIS DEL USO DE GASES REFRIGERANTES POR.* Guayaquil. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20106/1/TESIS%20FINAL%20ANALISIS%20DE%20REFRIGERANTES%20Y%20RSE%2012.pdf

Constitucion de la Republica del Ecuador. (2008). *Proteccion, control y cuidado del medio ambiente como derechos de la "Pacha Mama" tierra madre.* Republica del Ecuador .

Eppelin, C. (2016). Comercio Internacional y ambiente de America Latina. En C. Eppelin, *Comercio Internacional y ambiente de America Latina* (pág. 89). San Jose: SBN. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=EhDjQQqGc4UC&pg=PA83&lpg=PA83&dq=%E2%80%9CEn+el+protocolo+de+Montreal+se+establece+una+serie+de+metas+de+reducci%C3%B3n+de+producci%C3%B3n+y+consumo+de+sustancias+que+agotan+la+capa+de+ozono+y+en+especial,+respecto+de+

Estrella, A., & Segovia, C. (2016). *Comunicación integrada de marketing.* Madrid: ESIC EDITORIAL.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing.* México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing.* México: Pearson Educación de México.

Ramos, J. J. (2015). *Marketing con Whatsapp.* Berlín: GB Publishing Ltd.& Co.

Riojas, O. (2017). *EFECTOS EN LA SALUD POR LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA EN MÉXICO.* Obtenido de https://www.paho.org/mex/index.php?option=com_docman&view=download&slug=1301-efectos-salud-horacio-riojas&Itemid=493

Rivera, A. (12 de mayo de 2010). La capa de ozono en la Antártida se recuperará hacia 2080. *El Pais*. Obtenido de https://elpais.com/diario/2010/05/12/futuro/1273615202_850215.html

Rodríguez, R. (2009). *Comercializacion de los canales de distribucion.* STRUO EDICIONES. Recuperado el 17 de jUNIO de 2019, de https://books.google.com.ec/books?id=ZWjrAQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

Scott, W. (2012). Filosofia de administracion de marketing . *Filosofia de administracion de marketing* (pág. 45). London : GRECO.

Soriano, C. (1990). *Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones.* Madrid: Diaz de Santos. Recuperado el 17 de Junio de 2019, de

Van Engel, J. (4 de octubre de 2016). *Un nuevo impulso para el Protocolo de Montreal en su lucha contra el cambio climático*. Obtenido de Blog Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: https://www.undp.org/content/undp/es/home/blog/2016/10/4/How-the-Montreal-Protocol-can-complement-the-Paris-Agreement-and-help-fight-climate-change.html

Vía, J. (2016). Estrategias de marketing a través de la matriz de la matriz de Ansoff en el Centro de Información de la Facultad de Ingeniería Ambiental - Universidad Nacional de Ingeniería. *Estrategias de marketing a través de la matriz de la matriz de Ansoff en el Centro de Información de la Facultad de Ingeniería Ambiental - Universidad Nacional de Ingeniería*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

016. DISEÑO DE UN MODELO DE ESTRATEGICO DE MARKETING DE INFLUENCERS PARA POTENCIAR UNA MARCA DE JOYAS.

Autores:

Belkys Lissette Aveiga Soriano
Ingeniera en Administración de Empresas con énfasis en Marketing.
Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Tecnológica ECOTEC.

Mgs. Irene Palacios Bauz
Máster en Marketing y Comercio Internacional, Autor de artículos de marketing y educación. Docente de la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Tecnológica ECOTEC.
Ipalacios@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Las nuevas tendencias llevan a los profesionales en marketing a examinar de manera profunda las diferentes estrategias que contribuyen a crear credibilidad sobre una marca y destacar sus aspectos diferenciadores. La investigación demuestra la importancia de los influencer en ciertas empresas y como estos actores en redes sociales podrian ser una opción fuerte para plantear desarrollar estrategias de marketing que permitan potenciar una marca. Para este se utilizó un enfoque cualitativo y cuantitativo en donde las técnicas que se utilizaron para la obtención de la información fueron encuestas y entrevistas. Los resultados obtenidos identifican el perfil adecuado del influencer, su cultura, sus motivaciones, usos y característica atractivas para el público objetivos además se detecta todo los pasos para crear estrategias que atraigan a los consumidores potenciales de la marca.

Palabras claves: *Influencers*, Redes sociales,Marketing digital, tendencias.

ABSTRACT

The new trends lead marketers to examine in depth the different strategies that contribute to create credibility about a brand and highlight its differentiating aspects. The research demonstrates the importance of influencer in certain companies and how these actors in social networks could be a strong option to consider developing marketing strategies that allow to strengthen a brand. For this, a qualitative and quantitative approach was used where the techniques that were used to obtain the information were surveys and interviews. The results obtained identify the appropriate profile of the influencer, their culture, their motivations, uses and characteristics that are attractive to the public. In addition, all the steps to create strategies that attract potential consumers of the brand are detected.
Keywords: Influencers, Social Networks, Digital Marketing, trends.

1.INTRODUCCIÓN

Los influencers o influenciadores son los nuevos actores de la narrativa de las marcas, profesión que se encuentra en crecimiento, gracias al desarrollo de la tecnología y a las redes sociales. En países como España los medios de comunicación detallan a los influencer como un fenómeno que evoluciona año tras año, las empresas de marketing y publicidad analizan

y lo transforman en parte de sus estrategias creando todo un modelo por medio del “Marketing de influencer”.

Por otra parte, las empresas constantemente buscan resaltar su marca por diferentes medios, demostrar que los productos que ofrecen son confiables y garantizados, transformar la imagen, posiciorse y sobre todo crear una conexión entre cliente y marca, es aquí que el Marketing de influencer busca persona que inspire confianza y pueda atraer con su personalidad a los clientes.
La investigación resalta las estrategias del Marketing de influencer que fortalecerán una marca joyas.

2.0 Marketing Online

El marketing *online* ha evolucionado en los últimos años, y esto gracias al internet, ya que en la actualidad la mayoría de las personas buscan todo tipo de información a través de este medio, porque es de fácil acceso, y no tienen que moverse a diferentes lugares para obtener lo que desean comprar.

El marketing *online* se puede definir como los diferentes mensajes o anuncios que aparecen, cuando un usuario se encuentra en la web. Todo tipo de mensaje que promocione o incite a comprar un producto lo llamamos publicidad en Internet (Gary, 2012,p.34).

Sin embargo, el marketing y el Internet han evolucionado. La expansión del Internet y de la web 2.0 ha cambiado de raíz el marketing, las relaciones públicas, la publicidad e inclusive las relaciones entre consumidores y empresas (Arebalos, 2011).

De esa misma manera; (Neil Richardson, 2014) afirman que: Internet y los medios digitales están cambiando los fundamentos del marketing. La era digital les ha dado mayor poder a los clientes a la hora de decidir qué comprar, lo que significa que las empresas deben adoptar un planteamiento más centrado en el cliente.

Podemos decir entonces que el Marketing online de acuerdo a lo que exponen estos autores, es una estrategia de venta con mayor funcionamiento, ya que actualmente todo gira en torno a las redes sociales, al internet y a todo lo que esto contenga.

El contar con un Marketing online apropiado, facilitará que los productos o servicios se den a conocer a nivel mundial y tengan más acogida para todos los usuarios que observan dicha publicidad por medio de Internet.

2.1 Redes Sociales y las ventajas para las empresas:

Para comenzar a hablar sobre las redes sociales y de cómo estas hoy en día son un éxito total en Internet, es necesario definir primero qué son.

En España, el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación las define como “los servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de

herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado" (INTECO, 2009).

Según Zanoni (2008), indica que la web 2.0 es lo que da vida a las redes sociales, es decir que ahora el usuario abandona su rol pasivo frente a los contenidos y se lanza a la red para aportar y compartir contenido propio y personal. En esta nueva red, el usuario va adquiriendo un rol activo ya sea creando contenido o aportando comentarios, opiniones o valoraciones. (p.358)

Las redes sociales han crecido y conquistan un rol que va más allá del ser simples lugares de plática, y han hecho que simples consumidores y receptores relativamente pasivos de mensajes sean ahora autoridades, líderes de opinión, analistas y críticos (Alonso, 2011,p31).

Por otra parte es importante mencionar los beneficios del uso de las redes sociales en la compañías ya que permiten obtener las opiniones y las necesidades de los clientes con gran eficiencia (Barker, 2010).

Sin embargo, existe la otra cara de la moneda que es la de las personas que no han tenido una buena experiencia con la marca o empresa, y es ahí donde las redes sociales son medio donde los consumidores pueden presentar sus quejas, creando así que otras personas puedan dudar o definitivamente no tomar en cuenta el producto, gracias a los comentarios negativos que estas tengan.

Con respecto a este último punto se puede decir que, es un aspecto ventajoso para las organizaciones, ya que al saber las quejas estos pueden lograr el mejorar la calidad de su producto o servicios que ofrecen. Creando así un interés por los consumidores y demostrando que los beneficios y productos que ofrecen no solo son para tratar de conseguir dinero a cambio sino que también les preocupa la opinión de su público**.**

Se puede concluir que el concepto de redes sociales es un nuevo medio de comunicación y de interacción personal. Además no solo se usan como fin personal, sino también hoy en día muchas empresas usan estas plataformas como herramientas de marketing que nos permiten emitir y hacer llegar algún tipo de mensaje hacia clientes acerca de su marca, producto o servicio.

2.2 Los Influencers: representantes de la marca.

El marketing de *influencers* es una novedosa estrategia de marketing que consiste en lograr una serie de vínculos de colaboración entre las marcas y las empresas y aquellas personas con una gran visibilidad y protagonismo en Internet, a las que se conoce como *'influencers'.*

El internet, y sobre todo las redes sociales, han generado la aparición de una serie de personas, que en los medios de comunicación tradicionales serían más o menos el equivalente a los famosos o celebridades, que se han convertido en referentes para un gran número de usuarios. Estos influenciadores se caracterizan por tener carisma en el mundo virtual; como los youtubers, cuentan con canales con millones de seguidores y suscriptores.

Obviamente, estos reyes de las redes sociales son auténticos diamantes en bruto para las marcas, puesto que una crítica suya de un determinado producto o simplemente su aparición usando una marca de ropa u otro artículo pueden llegar a subir muchos enteros la aceptación popular de una determinada marca y, por lo tanto, hacer subir las ventas como la espuma (Marketing, 2017).

El marketing de influencia consiste en la realización de campañas de marketing de recomendaciones desde una marca dirigida a todo el público que puede estar interesado en su producto o servicio. Para poder realizar estas campañas de marketing de *influencers,* se debe contactar con una serie de personas muy populares, *influencers,* para que recomienden la marca concreta. Esto produce que la marca se haga muy conocida en un corto plazo de tiempo, ya que el alcance social de estas personas es muy elevado (Matesa, 2018).

Según (Cantero, 2018), el marketing a través de los denominados "*influencers*" se convirtió en una industria multimillonaria, y según diversas estimaciones podría tener un valor de más de dos mil millones de euros en los próximos años. Rakuten Marketing descubrió que el 75% de los anunciantes tienen previsto invertir aún más en estos influenciadores en los próximos meses, así también, afirma que los *influencers* digitales son la opción más popular para las promociones de marcas. Pero si bien esto indica que la industria está en auge.

Partiendo del análisis de estos dos autores podemos determinar que el marketing de *influencers* está ayudando a múltiples empresas a sobresalir en el mercado, ya que estos al momento de compartir con sus seguidores la calidad de un producto o marca hace que estos se sientan atraídos y así puedan consumir el producto, esto se da ya que sus seguidores son personas que quieren compartir su mismo ideal y hasta cierto punto los admiran e influyen de alguna forma en la vida de dichos usuarios.

Actualmente este concepto se utiliza para denominar a quienes han ganado popularidad gracias a los entornos digitales, que se dedican a transmitir sus conocimientos en las redes sociales desde su visión particular.

Entre ellos se distinguen las figuras públicas, ya sean actores, deportistas, cantantes, etc. que cuentan con un gran número de seguidores que les permiten fácilmente ser portavoces de una marca o servicio; y a comunicadores especializados, es decir, los bloggers, youtubers, videobloggers o instagrammers que se centran en contenidos de un tema en particular y que sin contar con reconocimiento previo han logrado posicionarse en su ámbito (Galeotti, 2009).

Los casos determinados en los que el uso de uno o más de ellos puede traducirse en productividad para una campaña son muy variados: el lanzamiento de la marca, la promoción de un nuevo producto o evento. Además, a la hora de superar una crisis, las empresas suelen tener en cuenta a los *influencers* como una herramienta de marketing más económica e instantánea (Rodriguez, 2016, p158).

Se puede decir entonces que los *influencers* son personas cuyo nivel de popularidad es alto y con dicho nivel logran que varias personas lo sigan, es por eso que algunas empresas o marcas buscan a estas personas como una estrategia de Marketing, debido a que los *influencers* se dedican a potenciar una marca a cambio de un beneficio o pago.

Por otra parte, estas personas viven en el mundo de la tecnología, es decir, que usan sus redes sociales para poder llegar hacia los consumidores y eso es importante ya que hoy en día la gran parte de población en el mundo tiene acceso a Internet y al uso de sus redes sociales.

La palabra *influencer* significa influenciador, es decir, que las opiniones y aportaciones que dan toman un giro importante en los seguidores que estos tengan, según (Ibañez, 2017) comenta que los *influencers* son usuarios activos de las redes sociales, son personas con una voz influyente y seguidores leales en blogs y redes sociales, es importante destacar que los *influencers*, además de tener un gran número de seguidores, cuentan con un fuerte engagement a nivel de interacción.

Por otra parte, para (Rebate, 2018) un *influencers* es una persona que cuenta con cierta veracidad y confiabilidad sobre temas específicos, y por su influencia en redes sociales puede llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una empresa determinada. Para un *influencers* es de vital importancia las redes sociales ya que es su mayor herramienta de trabajo es donde genera contenido y puede mantener contacto con sus seguidores y público general, por este motivo en la actualidad muchas marcas y empresas deciden trabajar con *influencers* para potencializar sus productos en medios digitales e incrementar las ventas de los mismos valiéndose del aval que da un *influencer.(p.241)*

Se puede decir que estos autores definen a los *influencers* como personas que han logrado obtener popularidad en redes sociales y saben valerse del marketing digital, debido a que son capaces de ser un apoyo en una determinada marca logrando así el influenciar en sus seguidores para que estos consuman las marcas promocionadas. Y de esta manera conseguir ganancias tanto para ellos como para las marcas.

Esto lo realizan por medio de sus plataformas digitales como Facebook, Instagram o Youtube, que hoy en día son las redes sociales más utilizadas por la sociedad.

2.2.1 Origen y evolución de los influencers

Actualmente las Organizaciones o marcas están tomando la estrategia de marketing que es la de usar personalidades influyentes para que estas difundan mensajes positivos del producto que estas fabrican.Esto se ha venido realizando a lo largo de estos últimos años y se ha logrado crear un medio de comunicación hacia los consumidores gracias a la capacidad de expansión que los *Influencers* tienen a su alcance.

Por otra parte, para el público o consumidores, las opiniones o actividades de estas personas tienen un mayor peso e influencia, mucho más que un mensaje transmitido por parte de la misma marca. Esto se da debido a la cercanía que los *influencer* han realizado.En torno a esta técnica de marketing, han nacido empresas y agencias intermediarias que ponen en contacto a las marcas con los *influencers* de forma estratégica surgiendo así un nuevo modelo de negocio, en el que estos *influencers* son los nuevos protagonistas a la hora de publicitar y promocionar la marca (Pino, 2010,p18)

Debemos saber que, si hoy en día son esenciales para el inbound marketing, su labor es la de valorar un determinado producto o servicio de forma personal como si fuera la opinión de un amigo (Blanch, 2015,p54).

Por lo expuesto se puede decir que el origen de estos *influencer* surge gracias al mundo del internet y sus redes sociales que hoy en día es lo que hacen al mundo girar. Además son personas que debido al contenido que pueden realizar y el impacto de su mensaje pueden lograr grandes cosas y cambios.

Es por ello que muchas marcas actualmente se están basando en este tipo de Marketing debido a que trae ventajas hacia el producto o servicio.

2.3 Tipos de Influencers

En medios digitales los *influencers* se derivan en varios grupos como los famosos, comunicadores, líderes de opinión, exploradores, consumidores (IM, 2017) . A continuación se detalla el significado y la influencia que dichas personas pueden llegar a lograr:

- Famosos: También son conocidos como celebridades, no tienen por qué conocer directamente el producto pero basta con sus relaciones para aportar en la publicidad del mismo.

- Comunicadores: se trata de personas que poco a poco han ido ganando su posicionamiento y de esta manera ante los ojos de consumidor son personas de confianza.

- Líderes de opinión: Son personas con una alta visibilidad y de esta manera dan una opinión a sus seguidores sin esperar nada a cambio.

- Exploradores: Son personas que constantemente buscan información y nuevas tendencias en Internet. Si encuentran una marca, productos o servicios que les agrada algo lo comparten con sus seguidores.

- Consumidores: son personas que buscan productos y los prueban, luego de estos le dan sus opiniones en redes sociales.

- Reporteros: Son personas que a su grupo de seguidores, constantemente les comparten noticias, novedades del momento o productos o marcas nuevas.

De acuerdo a lo mencionado se puede concluir que existe un sin número de personas que se pueden considerar *influencers* y que estos tienen distinta forma de llegar al público y también de manejar una marca.

Se debe considerar que también puede variar el tipo de mensaje dependiendo del *influencer* que lo emita y a su vez también hay que considerar los costos que estos pueden provocar, debido a que todos a la final buscaran conseguir un beneficio por esto y es ahí donde de acuerdo al tipo de influencer puede variar los costos.

2.3.1 Atributos que buscamos en un influencer

Los atributos que habitualmente se tienen en cuenta a la hora de localizar *influencers* son su capacidad para movilizar las opiniones, crear reacciones ante un tema concreto y mover a la acción. Por ello, es importante analizar la audiencia potencial a la que puedan llegar cuando hablan sobre la materia ocupa y busca un alto nivel de participación en la conversación que se genere sobre dicho tema.

En la búsqueda de *influencers* se utilizarán herramientas que nos permitan conocer los datos cuantitativos como el número de seguidores, la frecuencia de publicación o la viralización de contenidos en otras redes sociales, pero son los valores cualitativos como la compatibilidad con la marca, la identificación o el tono de los mensajes los que nos proporcionarán una selección eficaz.
Hay cinco criterios que podemos destacar:

- Engagement = Mide la capacidad para transmitir un mensaje y generar reacciones en los seguidores. Es importante destacar que las redes sociales dan más visibilidad a los *influencers* que tienen mayor engagement y esto lo obtienen aquellos que tienen contenidos interesantes y de calidad.

- Visibilidad y notoriedad de marca = Está relacionado con el número de *influencers* y la audiencia potencial que tiene cada una.

- Alianza a largo Plazo = En esta parte prima la temporalidad, relaciones que puedan prolongarse en el tiempo porque fidelizamos al *influencers.*

- Reputación= Se vincula con la imagen de marca. Buscamos que se dé un cambio en la opinión y la percepción. Tiene esencia cualitativa.

- ROI = Actualmente no hay ningún estándar para medir el ROI de las acciones con *influencers*, pero es una demanda cada vez mayor por parte de los clientes que quieren tener una perspectiva del retorno de la inversión.

2.4 Estrategias de marketing de influencia

Para (Núñez, 2018) una de las premisas del marketing de influencia es que crea contenidos en los que la imaginación sea un componente relevante y la distribución del contenido se lleve a cabo de manera diferente, con una estrategia premeditada, reposada, y con una planificación en donde se pueda prever dentro de lo posible, habida cuenta de que por la propia naturaleza de las redes sociales los efectos en éstas son, en la mayoría de las ocasiones, poco previsibles, dedicación, cálculo de consecuencias y efectos del feedback. (p139)

En este sentido, se resumen las estrategias del marketing de influencia de la siguiente manera:

Definir Objetivos = Lo que se necesita

Definir Mecánica = Como harás todo (día, hora y canales)

Definir Influyentes= Cómo harás llegar tu mensajes

Tipos de contenidos= Post blog, foto, mini video, etc

Contactos Influyentes= Para ofrecerle la campaña

Medir = Medición y análisis de resultados

Monitorizar =Ver repercusión

Definir métricas= Kps para medir RCI

Activación Campaña = Poner en marcha maquinaria

Acuerdo con Influyente= Trueque o remunerado

2.4.1 Métodos para calcular la influencia

Tenemos que tener en cuenta que para poder contar con un *influencers* que nos ayude a destacar dentro del mercado, debemos tomar en consideración ciertos puntos que son muy importantes para calcular la pro actividad del *influencer*:

- Validar la cantidad de conversaciones sobre la campaña, tema o interés.
- Medir el número de personas que comparten el contenido del *influencer.*
- Medir el número de comentarios que recibe el post, video o foto compartida
- Medir el crecimiento de las acciones de la empresa
- Medir las compras derivadas de los productos valorados por el *influencer*
- Medir las atribuciones que le da a nuestro producto.
- Es decir que si nosotros tenemos bien marcados estos puntos podemos medir de una manera adecuada si nuestro *influencer* está haciendo el trabajo correcto o no.

2.4.2 La figura del prescriptor o influencer

Tomando en consideración la importancia que tienen hoy día las recomendaciones, así como la Influencia que determinados consumidores pueden ejercer sobre otros, las empresas han comenzado a diseñar estrategias de marketing basadas en el uso de prescriptores que mejoren su posicionamiento en el mercado a través de la creación de una imagen de marca favorable.

Según (Gazquez, 2017), para mejorar la imagen de una determinada marca y que ésta resulte única y reconocible para los clientes, las empresas deben centrarse en los siguientes aspectos:

- La información que proporciona la empresa debe ser útil y relevante.
- Proporcionar un sitio web adecuado donde el usuario pueda navegar de forma sencilla.

- Ser original porque esto hará que una marca destaque por encima de otras. La sencillez puede ser lo más original pero también puede resultar aburrido para el visitante, por tanto el secreto es introducir el nivel preciso de detalles sin sobrecargar.
- La página web o cualquier información de la marca debe ser fácil de encontrar en las búsquedas de los usuarios.
- La información debe ser accesible para todos, los usuarios con discapacidad no deben tener ningún problema a la hora de buscar esta información.

Una vez que se ha desarrollado la imagen de marca, el objetivo es posicionarla, extender la marca en el mercado, conseguir que sea un referente y ubicarla como tal en la mente de los consumidores (Laborda, 2015,p23).
Para ello, la figura del prescriptor se considera un elemento clave. En marketing, un prescriptor es alguien que, por su personalidad, genera influencia en otros consumidores por sus opiniones, valoraciones y decisiones de compra (Castello, 2015).

(Núñez, 2015) Define al prescriptor como "aquella persona o personalidad que tiene la habilidad de influir en un determinado público cuando comparte su opinión o valoración sobre algún producto, servicio o marca".(p256)

Con la llegada de internet, los avances tecnológicos y las redes sociales, la figura del prescriptor se ha desarrollado online y sigue existiendo bajo el nombre de *influencer*.
Se considera que un *influencer* es una persona que influye socialmente debido a su gran repercusión en las redes sociales. La relación de un *influencer* con una marca hace que multitud de personas conozcan la marca, sus productos e incluso que aumenten sus ventas (Matesa D. , 2017).

Un verdadero *influencer* es un apasionado de la vida, de sus aficiones y de su trabajo, y todo eso lo muestra a los demás con un estilo propio y personal a través de las redes sociales (Matesa, 2017).
Las valoraciones que den las marcas sobre el trabajo del *influencer*, la relación que tenga con sus seguidores y el feedback que reciba serán elementos clave para darse cuenta si se ha convertido en un verdadero *influencer* en las redes sociales (Blanco, 2016).

Según (Blanco, 2016), o más importante de un *influencer* y lo que más valoran las marcas, es su engagement o, lo que es lo mismo, la capacidad de un producto o una marca de crear relaciones sólidas y duraderas con sus usuarios generando ese compromiso que se establece entre la marca y los consumidores (40defiebre, 2017). Se trata de la conexión y el nivel de influencia que tenga el *influencer* sobre sus seguidores. Además, es muy importante tener en cuenta el número de me gusta, comentarios y compartidos que contiene cada una de sus publicaciones.

(Hernández, 2016) Afirman que las marcas que quieran trabajar con *influencers* se pueden encontrar con varios problemas. Uno de ellos es que si, por ejemplo, una empresa que vende teléfonos móviles empieza a trabajar con un *influencer* que tenga un teléfono móvil de otra marca y sus seguidores ya le han visto usarlo, el hecho de que cambie de teléfono móvil de manera repentina podría generar desconfianza entre sus seguidores. Otro problema bastante importante es que, igual que los *influencers* hablan bien de una marca, también pueden

hundirla. La enorme influencia que tienen algunos *influencers* puede hacer que un mal comentario suyo baste para que las redes sociales se llenen de comentarios y valoraciones negativas de una marca o sus productos. (p45)

Por tanto, de acuerdo con el blog 40 defiebre de Socialmood (2016), las empresas a la hora de elegir bien a un *influencer* deberán tener en cuenta estas tres premisas:

- Su capacidad de generar opiniones y reacciones en otros usuarios cuando habla de algo en concreto.
- El potencial de seguidores del *influencer*, siempre teniendo en cuenta que la calidad es más valiosa que la cantidad de seguidores.
- El nivel de implicación del influencer en la actividad que generan sus publicaciones es fundamental para garantizar el éxito.

Existen distintos tipos de *influencers* que pueden ayudar a las marcas, pero dependiendo de la empresa y el objetivo que quieran conseguir con ellos, deberán escoger el adecuado.
El blog 40 defiebre de Socialmood (2016), clasifica a los *influencers* en los siguientes grupos:

1) **Celebrities**. Son famosos (actores, deportistas, artistas...) que aprovechan sus miles de seguidores para hablar sobre una determinada marca o producto.

2) **Líderes de opinión**. Son aquellas personas que dan su opinión en las redes sociales sin que la marca se lo pida.

3) C**omunicadores**. Son los conocidos bloggers que tienen un cierto número de seguidores en redes sociales y que poco a poco han ido posicionándose en la red como expertos en un sector determinado. No son líderes de opinión, se les contrata para que promocionen una marca o un determinado producto.

4) **Exploradores**. Son aquellos *influencers* que buscan las últimas tendencias en Internet y si encuentran una marca que les interesa, comparten su opinión en redes sociales.

5) **Consumidores**. Son los *influencers* más especiales porque buscan probar productos o servicios nuevos para así dar su opinión tanto positiva como negativa y compartirla en sus redes sociales junto a un vídeo, imágenes, etc.

6) **Reporteros**. Son los que siempre están informando a sus seguidores de todas las novedades de una marca en concreto, tienen un gran poder de influencia en los canales de comunicación. (p258)

El marketing de influencia se puede definir como la estrategia colaborativa entre empresas y personas influyentes en las redes sociales, donde ambas se benefician de esa colaboración (Merodio, 2013,p89).

3. Las Redes Sociales como herramienta de Marketing de Influencia: El caso de Instagram

En los últimos años, se ha producido un aumento importante en el uso de las redes sociales que ha llevado a las empresas a darse cuenta de la gran oportunidad que éstas ofrecen, considerándolas como una potente herramienta de marketing debido a su bajo coste y su gran volumen de usuarios (Harris y Rae, 2009).

Esta nueva herramienta de comunicación online permite a las empresas llegar al consumidor de forma más rápida, económica, directa y eficiente (Haenlei, 2010), fomentando el compromiso y la mejora de la retención de clientes.
Las redes sociales son los medios de comunicación que más público atraen ya que es la forma más accesible, personalizada y económica de compartir información sobre productos o servicios (Adan, 2016).
De acuerdo con, las principales características de las redes sociales son:

- Permiten el feedback, es decir, la interacción entre usuarios.
- Son accesibles para todo tipo de usuarios.
- Son gratuitas y fáciles de usar.
- Permiten publicar información de todo tipo.
- Capacidad de expandir los contenidos.
- Consolidan las relaciones entre las empresas y los consumidores.

Es cierto que las redes sociales han mejorado la calidad de vida de muchas personas, pero también han beneficiado a muchas empresas. (Pintado, 2010) Destacan las siguientes ventajas que obtienen las empresas por la utilización de las redes sociales:

- Mejoran la efectividad de las relaciones internas, existe una mayor coordinación organizacional.
- Mejoran la efectividad de las relaciones externas: proveedores y socios.
- Acceso, en cualquier momento y a tiempo real, a información sobre consumidores, proveedores y competencia.
- Mejoran las actividades de retención de clientes.
- Favorecen el contacto entre la marca y los consumidores.
- Dan a conocer nuevos productos y obtienen las opiniones de los usuarios.
- Soporte de atención al cliente en cuestiones relacionadas con el uso del producto.
- Contribuyen al branding empresarial y aumentan la notoriedad de la marca.
- Capacidad de expandir los mensajes y contenidos.
- Fidelizar y captar nuevos clientes.
- Aumentan las oportunidades de venta.
- Se reducen los costes de comunicación.
- Se amplía el mercado a nivel mundial.

De todas las redes sociales utilizadas como herramienta de marketing por empresas y usuarios, Instagram es una de las redes sociales que mayor alcance tiene y se está desarrollando rápidamente en el mercado del marketing de influencia (Mediakix, 2017).

3.1 La campaña de influencers ideal

De una manera corta se describe los pasos que se deben realizar para que una campaña sea exitosa.

Paso 1: Investigar, buscar y centrar las ideas

Investiga el comportamiento de la audiencia: ¿A quién siguen? ¿En qué redes sociales? ¿Qué tipo de contenido consumen?.

Paso 2: Recursos

Redactar una lista con los recursos con los que se cuenta tanto para desarrollar la campaña como para presentar como contraprestación para la colaboración del *influencer*. El 82% de los *influencers* esperan una contraprestación económica cuando colaboran con una marca (Fashion and Beauty Monitor, 2016) y crear relaciones a largo plazo, que permitan un mayor conocimiento de la marca y puedan involucrarse en la conceptualización del contenido.

Paso 3: Objetivos S.M.A.R.T.

En este punto se desarrolla los objetivos inteligentes y las principales métricas de las Campañas con *influencers.*

Paso 4: Selección de *influencers*

Este punto es crítico porque se puede pasar días revisando cuentas y haciendo la selección. Para los marketers este es uno de los principales retos ya que en un 84% según Fashion and Beauty Monitor y Econsultancy, sigue buscando manualmente en las redes sociales.

Paso 5: Concepto y mensaje

Construir un titular y describir qué se quiere transmitir con nuestro producto. Esto ayuda a que el *influencer* sepa el tono y el estilo que debe cuidar a la hora de presentar el producto.

Paso 6: Qué hacer y qué no hacer

Detalla de manera clara las acciones que el *influencer* realizará: el formato de las publicaciones, el número de publicaciones, la forma de la foto, etc

Paso 7: Activar campaña y monitorizar

Un *influencer* tiene libertad creativa para presentar los mensajes en sus publicaciones, eso es lo que los diferencian de la publicidad tradicional y convierten a los mensajes en auténticos. Es por eso, que es recomendable comprobar lo que publican antes y durante la campaña.

Paso 8: Analizar y resultados

Al concluir la campaña, se debe analizar los resultados como el rendimiento de las publicaciones, el uso de los hashtag, el tráfico web, etc.

4. Enfoque de la investigación

El diseño se basa en la construcción de una estructura al momento de realizar cualquier tipo de trabajo científico, este diseño lo que trata es de crear una dirección y sistematiza a la investigación.

Toda investigación social, como proceso de indagación, de reflexión, de construcción, de significación o sistematización de conocimiento, conoce un comienzo, va a variar de acuerdo

al tipo de enfoque que se elegirá al momento de realizar el estudio. La mayoría de los científicos están interesados en obtener observaciones fiables que pueden ayudar a la comprensión de un fenómeno (Galeano, 2004).
Existen dos tipos de diseño para enfrentar un problema de investigación y estos son: Cuantitativo y Cualitativo

4.1 Tipo de diseño seleccionado

Este trabajo de investigación es de corte cualitativo y cuantitativo, en el que se utilizan diversas técnicas como la entrevista y la encuesta para conocer más a fondo sobre el tema a tratar y dicha investigación fue de campo.

De acuerdo a (Sabino, 1986), la investigación de campo puede ser definida de la siguiente manera: "…Son los que se refieren a los métodos a emplear cuando los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador y su equipo…" (p.77).
La investigación que se realizó fue de campo, debido a que se trata de conocer las percepciones de los clientes acerca de diversos aspectos de la marca, tales como opinión de los productos en relación a su calidad y sus aspectos. Para así conocer su fidelidad hacia el producto.

4.1.1 Población

La población define a la totalidad de individuos que conforman un todo, puede ser un continente, país, ciudad, institución, sector, etc. los mismos que son los elementos a evaluarse dentro de un estudio (Guayas, 2010) .
Para el siguiente estudio la población está integrada por los clientes de la marca de joya.

4.1.1.1 Grupo objetivo

Para esta investigación, la elección de la muestra fue directa y por conveniencia ya que se escogió de una base de datos de la empresa, como grupo objetivo las clientas que cumplan con las siguientes condiciones:

- Consumidores de la marca
- Clientes frecuentes (Más de dos compras).

Finalmente quedando una muestra integrada por 30 clientas de las cuales conocen la marca.

4.2 Técnicas para la recolección de información

4.2.1 Encuestas

Como menciona (Grasso, 2006), las encuestas se administran con el objetivo de captar información personal de los sujetos en estudio, conocer opiniones, creencias, actitudes entre otras. Es decir que las encuestas sirven para que el investigador conozca más sobre la

existencia de cualquier tendencia o suceso relevante que esté pasando dentro del área de estudio y que a su vez este cuente con explicaciones para que se den los resultados.
Se aplicó encuestas a los clientes de la marca de joya, buscando así tener una mejor perspectiva de las variables. La recolección de la información se realizó de la siguiente manera:

- Administración de encuestas a una muestra de clientes
- Las encuestas se realizan con el proposito de:
- Identificar el concepto que tienen los clientes referentes a la marca.
- Identificar el tipo de relacion aplicada a los clientes
- Identificar el nivel de impacto que genera en los usuarios el uso de las redes sociales y los *influencers*

4.2.2 Entrevistas

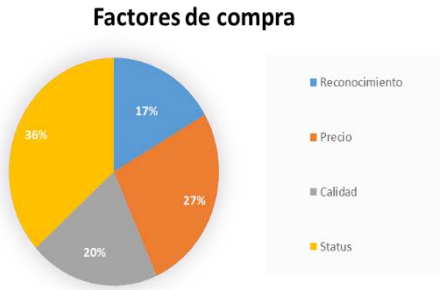
La segunda técnica con la que se trabajará será con la entrevista, es una herramienta que permite indagar a profundidad cuales son las verdaderas opiniones y reacciones del tema realizada a la gerente general de la empresa.

De acuerdo a (Cerón, 2006) la entrevista puede definirse como un técnica social que pone en relación de comunicación directa cara a cara a un investigador y a un individuo entrevistados, con el cual se establece una relación peculiar de conocimiento que dialógica, espontanea, concentrada y de intensidad variable.

ENCUESTA CLIENTES FRECUENTES.

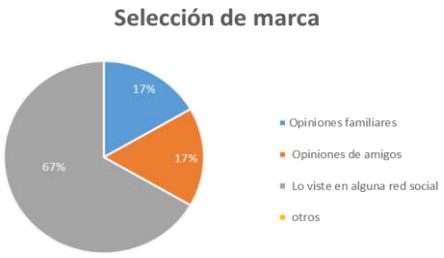
¿Usted cree que la venta de joyas artesanales está en crecimiento en el mercado?

El 67% de los encuestados indican de manera afirmativa, miestras que la opinión del 33% es negativa, por lo tanto se estima que en los proximos años puede exitir un crecimiento en este mercado y una oportunidad para la empresa.



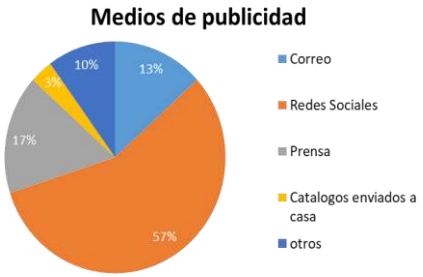
¿Qué factor considera importantes para realizar una compra de joya artesanal?

El 36% de los encuestados indican que el status los consideran importante, miestras que la opinión del 27% indica el precio,un 20 % se inclina a la calidad del producto, se debe trabajar en el personaje del *influencer* que demuestre status en el mercado.



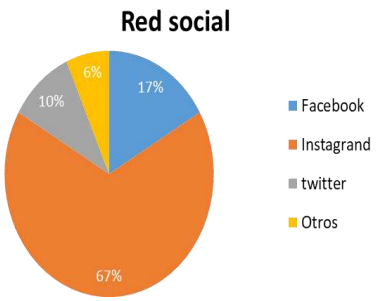
¿En que se basa al momento de comprar la joya artesanal?

El 67% indican que lo visto en alguna red social es un factor importante para la compra de una joya, el 17% la opinión de amigos es importante para comprar, 16% se deja guiar por opiniones familiares.Esto nos ayuda a crear más contenido en las redes sociales para captar más clientes.



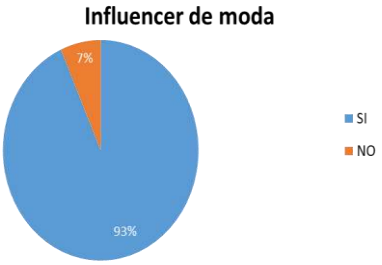
¿Por medio de que medios le gustaría recibir publicidad de la marca?

El 57% indica que prefiere ver publicaciones en redes sociales, 17% prefiere prensa, y el 13% prefiere correos. Esta pregunta nos ayuda a conocer que las redes sociales atraen a los posibles consumidores.



¿Qué red social utiliza más?

El 67% de la muestra indican que la red social que más utiliza es Instagram, el 17% indica que revisa más Facebook, el 10% Twitter. Con esta pregunta podemos definir que trabajar en instagrand es una buena estrategia.



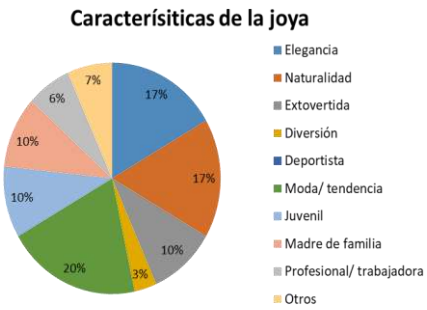
¿Sigue algún influencer de moda en instagrand?

El 93% indican que si siguen a influencers de moda en sus redes sociales, y un 10% indica que no. Con esta pregunta podemos determinar que si colocamos un influercer que transmita modo podemos mantener nuestras clientas fiales a la marca.

¿En que se basa para seguir a un *influencer*?

El 50% indican que para seguir un *influencer* se basan en el contenido que transmite, 23% por la cantidad de seguidores que tiene, el 17% cómo se comunica hacia

sus seguidores. Podemos determinar que el *influencer* seleccionado debe transmitir un buen contenido a los seguidores.



¿Cuándo piensa en joya que caracteristicas usted relaciona con la persona que la utiliza?

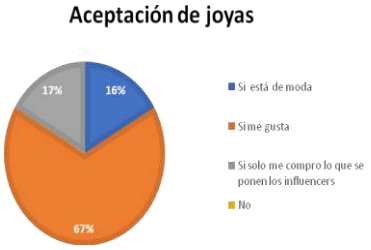
Con esta pregunta podemos medir las caracteristicas que tiene que cumplir nuestro *influencer* para ser aceptado dentro del mercado de joyas, la caracteristica que más resalta es la moda o tendencia, naturalidad, elegancia.

¿Indique, según su criterio, en qué grado cree que los *influencers* tienen poder para influenciar sobre ciertos productos o marcas? Siendo 1 el menor grado y el 4 el mayor grado.

El 73% de la muestra indican que efectivamente los *influencers* tienen poder para influenciar sobre ciertos productos o marcas. Con este analisis podemos determinar que estamos trabajando en un buen mercado.

¿Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con la siguiente afirmación: las marcas deberían usar más *influencers* para hacer llegar sus productos a los consumidores? Siendo 1 el menor grado y el 4 el mayor grado.

El 69% indican que efectivamente las marcas deberían usar más *influencers* para hacer llegar sus productos a los consumidores.



¿Las joyas que lleva el/la *influencers* las ha buscado en una tienda?

El 67% de la muestra indican que si ha buscado las joyas que llevan los *influencers* en las tiendas, 17% indica que solo compra lo que se ponen los *influencer*, el 16% indica que si está de moda la adquiere.

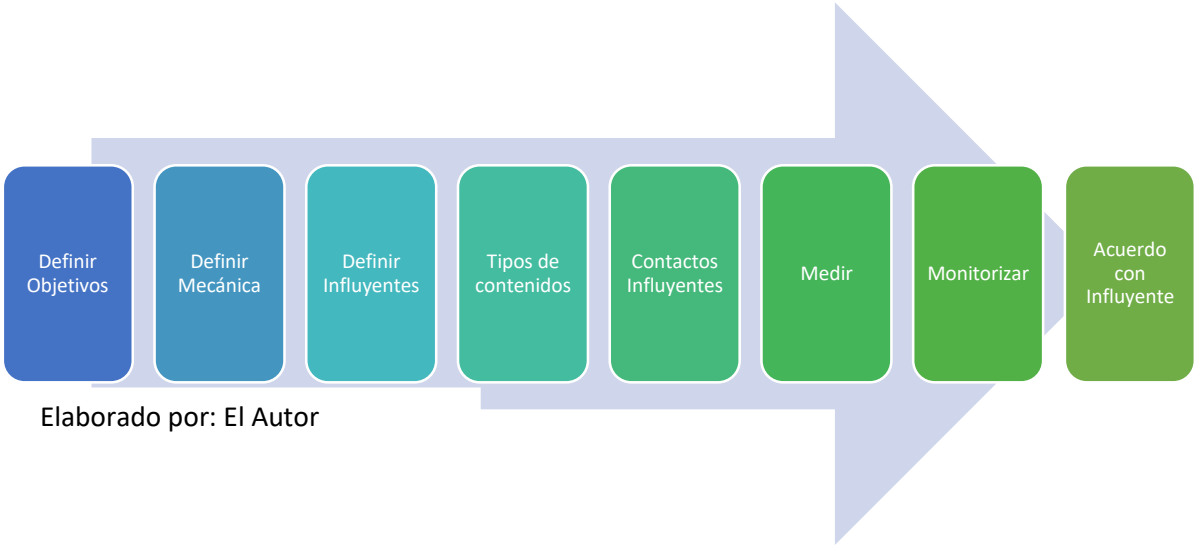
Análisis de resultados

Dentro de la investigación se pudo considerar ciertos factores que evaluan los clientes al momento de aquirir el producto, la imagen y status de la marca es importante al tomar la decisión de obtener una joya.

La mayoria buscan diferentes opciones en la redes sociales, además se constato que analizan comentarios de personalidades conocidas de los diferentes medios.

La mejor red social para las encuestadas es el instagram, seguido del Facebook y el Twitter, con esto se puede plantear estrategias en estos medios sociales. Un alto porcentaje de encuestadas presento una aceptación a los influencer y que en la actualidad sigue algún *influencer* de moda en Instagram.

DISEÑO DE MODELO ESTRATEGICO DE MARKETING DE INFLUENCER BASADA EN EL MODELO DE NUÑEZ



Elaborado por: El Autor

1.- Definir objetivos: Metas a corto y mediano plazo

2.- Definir mecanica:

- **Tiempos y tipo de publicaciones**
- **Canales a utilizar: Instagram/ Facebook**
- **Días de publicaciones: Determinadas por el publicio objetivo**
- **Horarios de publicaciones: Determinadas por el publicio objetivo**
- **Cantidad de posteos al mes: No publicaciones al mes en total**

3.-Definir el influencer

Contratar a un *influencer* que sea un líder de opinión en el mercado e industria de las joyas y la moda, para que a través de su credibilidad logre influir en el segmento.

- Determinar perfil influencer:
  - Edad, cualidades, aspectos destacables, Sexo, Número de seguidores
- Determinar acciones o tácticas para obtener perfil adecuado

4.- Tipos de Contenidos

Definir el mensaje, los formatos y en que canales donde se difundirá el mensaje que publicaremos.

- Videos, instastories, fotografias, transmisiones en vivo

5.- Contactos Inluyentes

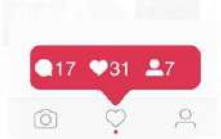
Por el giro de negocio, se considera que las *influencer*, que generaran impacto para la marca deben contener un perfil definido por su imagen de status y confianza.

6.- Medición y Análisis de Resultados:

Para determinar el éxito y resultados de la propuesta, se debe revisar las siguientes estadisticas:

- **Captación por publicación**: Con esta variable se puede obtener la idea del magnetismo de captación de las actualizaciones en Instagram.
- **Interacción:** Existen algunos tipos de interacciones, las más importante pueden detallarse como:

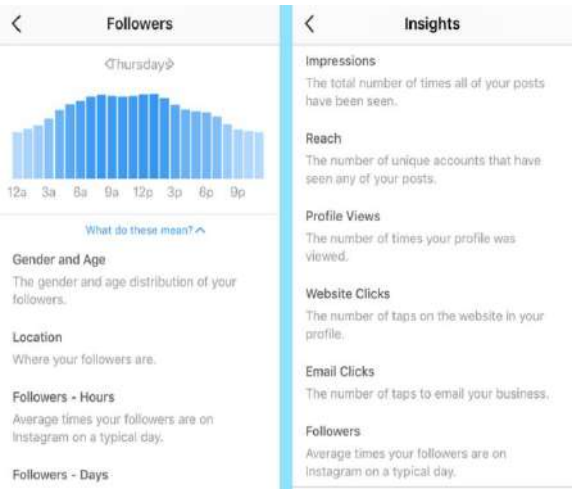
  Aceptación de clientes.(Likes)- Número de me gustan que colocan los que observaron la publicación.



Interación.- Se puede evaluar varios aspectos como:

* Número de comentarios que generaron de la publicación.
* Comentarios positivos o negativos en la publicación
* Contactos o redireccionamiento de las ventas
* Base de datos para promociones.

Reproducciones: Número de veces vistas o reproducciones para conocimiento



<u>Medición de avances en redes (Follws).-</u> Se obtiene información de la evolución de las publicaciones en referencia al número de seguidores que se capto. que impacto han tenido en el trenscurso de los dias o semana

<u>Alcance.-</u> Medir el alcance de aceptación que se obtuvo con la publicación, número de seguidores y obtener el sector en donde se capto mayor atención, nos ayuda a segmentar de manera más clara nuestro publico objetivo.

7.- Monitorear :

Se considera que las tácticas utilizadas dentro del modelo deben se evaluadas constantemente para conocer la efectividad del mismo, este seguimieno nos ayudar a reforzar las estratgias utilizadas para el cumplimiento del objetivo.

8.- Acuerdo con el infuencer :

La elección del influener no solo termina con la contratación del mismo, sino con establecer un acuerdo, ya que será la magen de la marca y representante en redes sociales, por lo su comportamiento en los diferentes escenarios podria ser perjudicial para la marca.

CONCLUSIONES

Se planteó un modelo estrategico de marketing de influencer basado en Núñez, el autor describe en su teoría que se debe seguir pasos a utilizar en las diferentes redes sociales, con esto se puede obtener un impacto más efectivo en estos medios.

Se reconoce el impacto comunicativo que tienen los *influencers* en la toma de decisión del consumidor al momento de adquirir una joya.
La investigación determinó que es importante elegir a los influencer por ciertas caracteristicas que representen la marca, como es el status.

BIBLIOGRAFÍA

40defiebre. (28 de Febrero de 2017). *¿Qué es un influencer?.* Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de ¿Qué es un influencer?.: https://www.40defiebre.com/que-es/influencer/

ADAN. (28 de Abril de 2016). *El nuevo paradigma de la comunicación digital.* . Recuperado el 07 de Octubre de 2018, de El nuevo paradigma de la comunicación digital. : https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/53191

Alonso. (09 de Noviembre de 2011). *Las influencia en las redes sociales: más allá de la comunicación 2.0*. Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de Las influencia en las redes sociales: más allá de la comunicación 2.0: https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/las-redes-sociales-como-herramientas-de-influencia

Barker M., B. D. (2010). *Marketing para Medios Sociales.* Mexico: Cengage Learning.

BLANCH PEGUERO, C. (2015). *Los nuevos líderes de opinión en moda: influencers.* Buenos Aires: El case study de Gala González.

Cantero, P. (2018). Burbuja de Marketing de *Influencers*. *Elite Murcia*, 72.

Castello, A. y. (12 de octubre de 2015). *La comunicación publicitaria con influencers. Revista digital*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2018, de La comunicación publicitaria con *influencers*. Revista digital: http://brandmanic.com/instagram-ventas-influencers/

Cerón, M. C. (28 de Abril de 2006). Metodologías de la investigación social. *Metodologías de la investigación social*. Santaigo de Chile : LOM Ediciones.

Escalante, Y. (27 de Julio de 2016). *Influencers vs prescriptores*. Recuperado el 07 de Octubre de 2018, de *Influencers* vs prescriptores: https://notecopies.es/noticias/marketing/*influencers*-vsprescriptores/

Fashion and Beauty Monitor, E. (13 de Noviembre de 2016). *Marketing Influencer*. Recuperado el 14 de Octubbre de 2018, de Marketing Influencer: https://econsultancy.com/eight-influencer-marketing-stats-for-fashion-beauty-brands/

GALEOTTI. (2009). *Influencing the influencers.* Mexico: The Rand Journal of Economics.

Gillin, P. (2009). *The new influencers.* Mexico: P & Moore.

Matesa. (17 de Octubre de 2017). *Como usar Instagram, qué es y para qué sirve. Expertos en Negocios*. Recuperado el 07 de Octubre de 2018, de Como usar Instagram, qué es y para qué sirve. Expertos en Negocios: http://www.expertosnegociosonline.com/como-usar-instagram-y-para-que-sirve/

Matesa, D. (10 de Enero de 2017). *Como usar Instagram, qué es y para qué sirve. Expertos en Negocios*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2018, de Como usar Instagram, qué es y para qué sirve. Expertos en Negocios: http://www.expertosnegociosonline.com/como-usar-instagram-y-para-que-sirve/

Matesa, D. (20 de Febrero de 2017). *Marketing de influencia y la estrategia de marketing de influencers.* Recuperado el 25 de Septiembre de 25, de Marketing de influencia y la

estrategia de marketing de *influencers*.: http://www.expertosnegociosonline.com/marketing-de-influencia-y-la-estrategia-demarketing-

MATESA, D. (25 de Octubre de 2017). *Marketing de influencia y la estrategia de marketing de influencers.* Recuperado el 15 de Septiembre de 2018, de Marketing de influencia y la estrategia de marketing de *influencers*.: http://www.expertosnegociosonline.com/marketing-de-influencia-y-la-estrategia-demarketing-

Matesa, D. (03 de Agosto de 2018). *Maketing de Influencia*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2018, de Maketing de Influencia: https://www.expertosnegociosonline.com/marketing-de-influencia-y-la-estrategia-de-marketing-de-influencers/#uno

Mediakix. (12 de Septiembre de 2017). *INFLUENCER MARKETING SERVICES*. Recuperado el 15 de Octubre de 2018, de *INFLUENCER* MARKETING SERVICES: http://mediakix.com/#gs.un3Fjws

Merodio. (09 de Septiembre de 2013). *Qué es el Marketing de Influencia y cómo usarlo dentro de tu estrategia*. Recuperado el 07 de Octubre de 2018, de Qué es el Marketing de Influencia y cómo usarlo dentro de tu estrategia: https://www.juanmerodio.com/2013/que-es-el-marketing-de-influencia-y-como-usarlodentro-

Neil Richardson, A. C. (2014). *Guía de acceso rapido al marketing en redes sociales.* Buenos Aires: Granica.

NUÑEZ, V. (16 de Octubre de 2015). *¿Qué es un prescriptor?* Recuperado el 25 de Septiembre de 2018, de ¿Qué es un prescriptor?: https://vilmanunez.com/que-es-un-prescriptor/

Núñez, V. (Enero de 2018). *Vilma Núñez*. Recuperado el 07 de Octubre de 2018, de Vilma Núñez: https://vilmanunez.com/

RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, N. (2016). *Un estudio sobre el papel que juegan los nuevos influencers de moda en la sociedad.* Mexico: Maniquíes 2.0.

Sabino, C. (14 de Octubre de 1986). El Proceso De La Investigación. *El Proceso De La Investigación*. Venezuela: Panapo.

Vértice. (2010). *Marketing digital.* España: Vértice.

Zanoni, L. (2008). *El Imperio Digital.* Buenos Aires: B Argentina SA.

017. ESTRATEGIA TRANSMEDIA PARA PROMOVER EL USO DE LA MODALIDAD DE DESARROLLO INFANTIL INTEGRAL MISIÓN TERNURA CRECIENDO CON NUESTROS HIJOS EN COMUNIDADES VULNERABLES DE PUENTE LUCÍA.

Autores:

Lcda. Dennisse Carmen Saile Quintero

Mgtr. Silvia Aguirre Jiménez

RESUMEN

La investigación se planteó para indagar los motivos de asistencia irregulares de usuarios de la modalidad de desarrollo infantil integral Misión Ternura CNH de Puente Lucía hacia uno de los servicios emblemáticos que brinda la empresa estatal MIES determinado como “escuela de familias”, la cual es impartida a las educadoras para que en lo posterior puedan ser replicadas a los usuarios en el territorio.

El tipo de investigación que se aplicó fue descriptivo, con un enfoque mixto, los instrumentos utilizados fueron la entrevista a profundidad, y una encuesta. Mediante estas herramientas se evidenció cuáles son los medios y canales de comunicación con los que cuentan los usuarios a fin de implementar una estrategia transmedia que permita promover su interés hacia la atención ambulatoria que se da en la unidad de atención “Angelitos Cariñosos” y también mediante el trabajo territorial de una educadora.

Finamente, se pudo determinar cuáles son los elementos comunicacionales necesarios para proponer el diseño de la estrategia transmedia que facilite el flujo de comunicación entre el personal operativo de la empresa y sus públicos, para fortalecer la imagen institucional y fomentar la confianza en asistir al centro para usar de manera conjunta todos los servicios que se le brinda de forma gratuita por ser aprobados como familias vulnerables.

Palabras claves:

Estrategia - Comunicación - Transmedia – Familias – Vulnerabilidad

Abstract

This project was designed to investigate the irregular motives of assistance of users of the integral child development model Mission Ternura CNH of Puente Lucía towards one of the emblematic services offered by the state company MIES determined as "family school", the which is imparted to the educators so that in the later part they can be replicated to the users in the territory.

For the research in the field, qualitative and quantitative approaches were applied, such as the exploratory method, the in-depth interview, and a survey, respectively. Through these tools it was possible to demonstrate which means and channels of communication are available to users in order to implement a transmedia strategy that allows them to promote their interest in outpatient care in the "Angelitos Cariñosos" care unit and also through the territorial work of an educator.

It was possible to determine which are the necessary communication elements to propose the design of the transmedia strategy that facilitates the flow of communication between the operational staff of the company and its public, projecting an excellent institutional image and promoting confidence in attending the center to use in a joint all services that are provided for free because they are approved as vulnerable families.

Keywords:

Strategy - Communication - Transmedia - Families - Vulnerability

INTRODUCCIÓN

En Ecuador desde los años setenta se instauró el servicio público-privado para el cuidado y desarrollo infantil, atenciones a la primera infancia que tuvieron una concepción de beneficencia y de mínima participación del Estado, las mismas que han evolucionado y están contempladas en cuatro etapas (Secretaria Nacional Plan Toda una Vida, 2018) hasta la actualidad.

Una nueva era para la educación infantil se da a inicios del 2007, a lo que se le asigna como la tercera fase a favor del desarrollo infantil ecuatoriano, con el ingreso de Rafael Correa a la presidencia se instauró el concepto de inclusión social y con ello se reformó el servicio social, el INNFA pasó a ser una entidad pública fusionada con el FODI y demás programas comunitarios estatales para ser adscritos al Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), el Consejo Sectorial de la Política Social fue encargado de elaborar la Estrategia Nacional de Desarrollo Infantil Integral, con el fin de vigilar el trabajo articulado entre el Ministerio de Salud, Ministerio de Educación y el Ministerio de Inclusión Económica y Social a fin de brindar servicios que reduzcan la desnutrición, favorezcan entornos protectores y de recreación para el óptimo crecimiento de niños y niñas que pertenecen a familias vulnerables.

De manera evolutiva el estado ha incrementado su participación y responsabilidades manifestándose en el año 2018 mediante la creación de la modalidad de desarrollo infantil Misión Ternura Creciendo con Nuestros hijos la cual parte de tres etapas anteriores concernientes al cuidado y protección infantil proceso que tuvo inicio en el año 1980 (Secretaria Nacional Plan Toda una Vida, 2018, pág. 26).

Para poder ser usuarios de esta modalidad de servicio público, se le aplica una ficha de vulnerabilidad al padre o madre de familia, en el caso de las embarazadas solo las preguntas son direccionadas a ella, el documento indaga nombres, apellidos, cédulas de identidad del representante, menor postulante y/o embarazadas, condición laboral, si cuentan con servicios básicos, número de personas que conviven en el hogar, si cuenta con otro servicio público, y demás datos personales que subidos a una aplicación llamada MIES vulnerabilidad, la entidad pública Registro Social en coordinación con el registro civil corroboran y actualizan la información, otorgándole a la familia un índice de priorización: si el número supera los 65 puntos, la familia no podrá recibir el servicio porque se la identifica como un grupo que superó la pobreza, pero si poseen un índice de 0 a 46 el sistema codifica como una familia de extrema vulnerabilidad, y si registran entre 47 y 65 puntos los califica como una familia vulnerable, en los dos últimos casos sí pueden hacer uso del servicio.

El resultado de los datos antes mencionados es proporcionado a las responsables de cada unidad Misión Ternura-CNH todos los fines de mes, en donde los educadores poseen total autonomía para ingresar o retirar a usuarios según sus motivos sustentados en informes, adjuntando pruebas del accionar que comete cada usuario tales como inasistencias, porque el menor ha cumplido el límite de edad, en la práctica solo se atienden niños y niñas hasta 3 años, cambio de domicilio de las familias y demás circunstancias que interrumpa poder hacer uso de la modalidad.

La labor que conlleva ejercer el cargo de educadora de la modalidad de desarrollo infantil Misión Ternura CNH está contemplada en un documento Ministerial denominado

Norma Técnica, en el cual se especifican las rutas integrales de atención (gestiones entre ministerios) y el paquete integral de atenciones (consejerías familiares), dentro de este último, se imparten cinco tipos de consejerías familiares:

1. Consejería para ejercer la libre expresión de emociones, opiniones e ideas orientadas al desarrollo de la identidad familiar en un marco de diversidad;
2. Consejería familiar para una buena salud y nutrición de niñas, niños, mujer gestante y sus familias;
3. Consejería familiar para el disfrute de relaciones positivas y espacios de juego, de desarrollo del lenguaje y del aprendizaje en los entornos del hogar, comunitario e institucional;
4. Consejería familiar para creación de entornos protectores que promueven relaciones positivas, libres de riesgos y violencia; y
5. Consejería familiar para el seguimiento nominal a la Ruta Integral de Atenciones (RIA) institucional e intersectorial. (Norma Técnica, 2018, págs. 46-47).

La atención a niños, niñas o mujeres embarazadas se pueden hacer de manera individual o grupal. Las gestantes y menores de hasta 18 meses reciben la visita de educadores a sus domicilios, facilitándoles el aprendizaje temprano y adaptación; mientras que los infantes que tienen entre 18 meses 1 día y 3 años de edad, deben asistir a la unidad de atención Misión Ternura Creciendo con nuestro hijos, establecimiento que en la mayoría de los casos es una casa comunal otorgada por la comunidad y registrada en el Ministerio de Inclusión Económica y Social mediante actas de permiso de funcionamiento por un líder barrial, adjuntando la coordenada mediante georreferencia vía WhatsApp, las actividades lúdicas se imparten una vez por semana a cada usuario de la modalidad, los recursos deben ser facilitados por educadores, promoviendo que las familias elaboren sus recursos para el restante de días que les tocaría hacer las actividades solos en casa hasta un próximo encuentro.

Actualmente, la modalidad de desarrollo infantil integral Misión Ternura Creciendo con Nuestros hijos impartida por la Unidad de Atención Angelitos Cariñosos, situada en Puente Lucía, recibe asistencias irregulares al taller mensual denominado “escuela de familias”, de un total de 45 familias aprobadas como vulnerables y de extrema vulnerabilidad, acuden aproximadamente 15, esta jornada comprende actividades lúdicas para madres y padres de familia mediante educación popular y juegos, en primera instancia los educadores son capacitados por entes estatales para luego poder replicar la información con el fin de empoderar a las familias sobre cómo actuar frente a actos de violencia en todos sus aspectos, conocer y hacer respetar sus derechos, el uso eficaz de servicios públicos y temas legales en pro de sus vulnerabilidades.

Se estima que la modalidad carece de herramientas comunicacionales convincentes para promover el adecuado uso de este servicio público, su inasistencia se ve reflejada en el (Anexo1, aún no puesto). El único medio por el que la educadora responsable de la unidad de atención Misión Ternura CNH “Angelitos Cariñosos” realiza la convocatoria masiva ha sido vía contacto personal durante las visitas domiciliares. Sin embargo, no se ha obtenido la asistencia ni siquiera del 50% de los representantes de usuarios aprobados en la modalidad.

Además, la forma actual para dar a conocer la modalidad a potenciales usuarios en la comunidad Puente Lucía de parte de la educadora solo se da a través del proceso de información boca a boca, quienes en primera instancia no identifican que el servicio es una modalidad de desarrollo infantil integral público que pretende generar atenciones interrelacionando acciones entre el Ministerio de Salud Pública, el Ministerio de Educación y el Ministerio de Inclusión económica y Social, sino que tienden a confundirse con otras modalidades que ofrece el Ministerio de Inclusión Económica y Social, tales como Misión Casa para Todos, Misión Menos Pobreza Más Desarrollo, Misión Mujer, Misión Mis mejores años, Misión Impulso joven, Misión Manuelas o finalmente piensan que es una brigada para otorgar el Bono de desarrollo Humano.

Se pretende investigar los motivos de inasistencia que tienen las familias para acudir a la a los talleres de “escuela de familias” impartidos en la unidad de atención “Angelitos Cariñosos” MT CNH en Puente Lucía, modalidad de desarrollo infantil integral que en la práctica promueve el buen desarrollo de capacidades y habilidades en niños menores de tres años de edad, y no de hasta 5 años como se lo especifica en su norma técnica y en el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida. Finalmente, si la inasistencia de los usuarios continúa reflejándose en los registros que debe presentar la educadora a sus autoridades, el servicio podría ser retirado del sector.

Para determinar el problema de investigación fue necesario plantearse lo siguiente:

¿De qué manera se puede promover la asistencia de usuarios a los talleres de “escuela de familias” de la modalidad Misión Ternura CNH en Puente Lucía?

El objeto de estudio corresponde a la Modalidad de desarrollo infantil integral Misión Ternura - Creciendo con Nuestros Hijos, del Ministerio de Inclusión Económica y Social. Lo que se plantea a nivel general es Diseñar una estrategia comunicacional transmedia para promover el uso de la modalidad de desarrollo infantil integral Misión Ternura CNH en sectores vulnerables de Puente Lucía. Para esto, se deberá diagnosticar cuáles son los canales de comunicación actuales que utilizan los usuarios de la modalidad de desarrollo infantil integral Misión ternura CNH en Puente Lucía. Además, analizar la comunicación empleada por la modalidad y la valoración de los usuarios sobre esta y determinar los elementos que se necesitan para el diseño de la estrategia comunicacional transmedia en Puente Lucía.

En su desarrollo se empleó un enfoque mixto: exploratorio y descriptivo, debido a que para la recolección de información se tomaron en cuenta datos cualitativos y cuantitativos, además el problema que se investiga comprende un tema poco estudiado del que se tiene muchas dudas, siendo estos métodos de investigación el proceso idóneo que permiten medir conceptos y recolectar información para en lo posterior describir cuáles son las razones reales de inasistencia por parte de los usuarios hacia la modalidad y poderles brindar alternativas para su el correcto uso. Los instrumentos aplicables en la investigación son la entrevista a profundidad, la observación directa y la encuesta.

Es importante identificar los motivos de asistencias irregulares de parte de las familias hacia los talleres de “escuela de familia” perteneciente a la modalidad de desarrollo infantil integral Misión ternura CNH para contribuir con mejoras que promuevan el correcto uso del servicio en comunidades vulnerables de Puente lucía, logrando que familias con pobreza y pobreza extrema superen índices de vulnerabilidad y así aportar institucionalmente para

que Ecuador alcance los objetivos contemplados en el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida” alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el año 2030 impulsados por las Naciones Unidas.

Adicionalmente, la investigación de manera general permite diagnosticar a qué se debe la afluencia en los servicios de consejerías individuales, grupales o atenciones intersectoriales, las cuales pertenecen a la misma modalidad y se desempeñan en el mismo sector de Puente Lucía.

Emplear la producción de información transmedia como estrategia de comunicación da protagonismo al emisor y receptor a la vez, (Scolari C. , 2013) producen empatía con el mensaje, lo cual beneficia la inmediatez de persuasión para sensibilizar y atraer usuarias convencidas de la importancia que posee el uso de la modalidad Misión Ternura CNH tanto para sus hijos como para toda la familia.

DESARROLLO

Aportes teóricos

Comunicación externa

La manera en que los públicos perciben a la empresa depende de muchos factores, podría ser por su perfil institucional físico, como colores de infraestructura, uniformes de sus empleados, trato a sus usuarios, y esto a su vez juegan un papel predominante para comunicar la identidad corporativa, la misma que al ser analizada por sus públicos, se convierte en la imagen con que será reconocida externamente dicha institución. Estos mensajes pertenecen al campo semiótico, los cuales pueden ser elaborados con contenidos orales, gráficos, visuales o mixtos dependiendo del interés que se desee conseguir en el público meta. (Chavez, 1996, pág. 156)

Para un resultado óptimo en cuanto a la comunicación externa, Capriotti (2009) considera que un elemento clave es aplicar el nivel de relación, es decir, necesariamente se tiene que desarrollar un enlace directo entre el personal operativo y el usuario para manejar la comunicación efectiva, clave y rotunda, intercambiando mensajes sobre actividades diarias que proyecten la calidad del servicio hacia sus públicos, con el objetivo de conseguir que ellos apropien decisivamente aspectos positivos de la institución y la describan como tal. (pág. 36)

Scolari (2008) considera que existe un término para agrupar a todas la formas y medios de comunicación externa el cual es “hipermediaciones”, herramientas que permiten crear un metaproducto, en este caso metaservicio, para que a treves de la combinación de lenguajes y medios tradicionales se fomente un formato interactivo de comunicación (pág. 287)

ESTRATEGIA

Despertar el interés de públicos objetivos hacia las empresas o marcas se ha convertido en la clave para desarrollar estrategias que permitan alcanzar las metas, es por eso que autores referentes defienden sus teorías sobre la realización de una estrategia y sus tácticas a emplear, en el caso de Thompson, Gamble, Peteraf, Strickland (2012) sostienen que para identificar la estrategia que necesita una empresa hay que buscar un patrón de acciones según el enfoque de negocio de la compañía, los cuales podrían ser:

1. Esforzarse por ser un proveedor de bajo costo en la industria, con lo cual se pretende obtener una ventaja competitiva de costos sobre los competidores.
2. Superar a la competencia con características distintivas como mayor calidad, selección más amplia de productos, mejor desempeño, servicios de valor agregado, modelos más atractivos y superioridad tecnológica.
3. Centrarse en un nicho pequeño de mercado y ganar una ventaja competitiva al satisfacer las necesidades y gustos especiales de los compradores que conforman ese nicho de mejor manera que los competidores.
4. Procurar los precios más bajos (mejores) por bienes diferenciados que al menos igualen las características y desempeño de las marcas rivales de mayor precio. (Thompson, Gamble, Peteraf, Strickland, 2012, pág. 6)

Por su parte Michael Porter define que existen cinco fuerzas competitivas que le dan forma a una estrategia, las cuales ayudan a la empresa a comprender la estructura del sector donde funciona para elaborar su posición que le sea más rentable, ellas son:

1. La amenaza de nuevos entrantes.
2. El poder de negociación de los proveedores.
3. El poder de negociación de los compradores.
4. La amenaza de productos o servicios substitutos.
5. La rivalidad entre los competidores existentes. (Porter, 2008)

Relacionando la cuarta fuerza competitiva con el problema de investigación, se identifica que los videos de youtube sobre empoderamiento familiar y desarrollo infantil podrían situarse como servicios substitutos frente al empoderamiento familiar y desarrollo infantil que ofrece la modalidad Misión Ternura CNH, por lo cual habría que efectuar la estrategia comunicacional tomando en cuenta esta competencia.

Estrategia transmedia

La palabra transmedia está compuesta por el prefijo latino trans que significa “al otro lado de” o “a través de”, y media que según la rae significa medio, lo cual en traducción literal se entiende “al otro lado de los medios” o “a través de los medios” según la RAE (Real Academia Española, 2019) en su diccionario digital.

Adentrando el tema en una posible solución al problema de investigación, es necesario tener en cuenta que “la comunicación transmedia consiste en narrar una historia en diversas plataformas conservando la esencia y la coherencia del relato, de igual manera esta técnica enriquece la narración porque los usuarios pueden participar en su desarrollo interactuando y aportando elementos desde sus conocimientos y experiencias.” (Acosta, 2017).

La evolución de las formas y medios para comunicar conllevó a que Henry Jenkins, académico estadounidense de los medios de comunicación sea la primera persona en determinar a este fenómeno como transmedia, Jenkins es investigador de los medios y las culturas populares quien entre 1993 y 2009 dirigió el programa en Comparative Media Studies en el Massachusetts Institute of Technology en Boston, espacio en donde daba a conocer estudios y resultados de estrategias de comunicación para diferentes públicos.

Él sostuvo que “mientras que la infraestructura tecnológica está lista, las perspectivas económicas son buenas y la audiencia está preparada, las industrias de los medios de comunicación no han hecho un buen trabajo de colaboración para producir experiencias transmedia convincentes.” (Jenkins, 2003). Así mismo asegura que “hemos entrado en una era de convergencia de medios que hace que el flujo de contenido a través de múltiples canales de medios sea casi inevitable.” (Jenkins, 2003).

Carlos Scolari en su libro titulado “Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan” manifiesta que las herramientas de información y retroalimentación podrían variar dependiendo de los recursos y enfatiza que “las narrativas transmedia son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.), permiten desarrollar la misma historia en diferentes medios o lenguajes.” (Scolari, 2013, pág. 24).

De esta manera se va sumando alternativas comunicacionales para contribuir a la solución del problema de investigación, tomando en cuenta también los resultados recolectados. Finalmente, el mismo autor sostiene que “transmedia, en su expresión más básica, significa historias a través de medios.” (Scolari, 2013, pág. 35).

Marco Metodológico y Análisis de Resultados

Para el proceso investigativo se empleó el tipo o alcance de investigación exploratoria y descriptiva, para poder recolectar datos de manera diversificada, tanto estadísticos como determinar valoraciones de los usuarios registrados en la modalidad de desarrollo infantil integral Misión Ternura CNH en Puente Lucía. Además, según Hernández (2014) “una misma investigación puede incluir diferentes alcances” (pág. 96).

La investigación emplea un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo. Se inició desde el mes de marzo del año 2019 hasta el mes de mayo del mismo año. El lugar donde se desarrolla la investigación es en comunidades vulnerables del sector Puente Lucía tales como: avenida Virgen de Monserrate, calle Eugenio Espejo, calle 7 de julio, cooperativa 11 de septiembre, puente lucía centro y pasando el puente antes de llegar a Las Pesas.

Puente Lucía está situado en el km 27 de la vía a Daule, pertenece a la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil.

Los usuarios sujetos de la presente investigación pertenecen a la unidad de atención “Angelitos Cariños” de la modalidad de desarrollo infantil integral Misión Ternura Creciendo con Nuestros Hijos liderada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

En total son 45 usuarios aprobados en la base de datos registrada en el MIES. Para desarrollar el alcance de la investigación se aplicó un censo porque el estudio focalizó a toda la población aprobada en una sola unidad de atención Misión Ternura Creciendo con Nuestros Hijos de Puente Lucía, vale recalcar que según autores se denomina “censo cuando se incluye a todas las personas del universo o la población sin hacerse el cálculo muestral”. (Sampieri, Fernández y Baptista, 2014, pág. 172)

Como instrumentos de recolección de información se escogió la entrevista a profundidad, la observación directa y finalmente la encuesta, a través del censo poblacional.

Los resultados obtenidos mediante las herramientas de investigación aplicadas guardan dependencia de los objetivos específicos de la investigación, el problema de investigación y el resultado de la metodología empleada.

En la **ENTREVISTA A PROFUNDIDAD,** hecha a la coordinadora territorial de Puente Lucía, Tecnóloga Mónica Plaza, se logró corroborar interrogantes que la parte investigadora le realiza en la encuesta a los usuarios de la modalidad, en la respuesta a la pregunta 6 de dicha entrevista, menciona que hasta el momento efectivamente se llevan replicando 3 escuelas de familias, de las cuales las asistencias irregulares de los usuarios podrían ser por varios factores, indica en su respuesta a la pregunta 8 que entre ellos podría estar presente el temor porque quizás son personas que no saben leer ni escribir, o también hayan otros usuarios que requieren un plus, como la enseñanza de manualidades aparte de la réplica de los talleres.

Alega que la actividad dispuesta por el MIES potenciaría su uso si se visita a las usuarias puerta a puerta para invitarlas a asistir a las escuelas de familia, encuentro que sería eficaz un día antes y no una semana antes como normalmente hacen las educadoras actuales en correspondencia a su jornada laboral; en la pregunta 11 sostiene también que sería una buena idea desarrollar una estrategia de difusión aplicando la encuesta como herramienta de investigación para llegar a obtener un dato efectivo en cuanto a los canales de comunicación que la comunidad vulnerable usa con mayor frecuencia para atraerlos usando la tecnología, pero según los datos que se arroje en cuanto a su utilidad, porque sin investigación previa, sería un trabajo en vano ya que los usuarios en comunidades vulnerables tienden a no estar a la par del desarrollo tecnológico, pero no se puede asumir ni asegurar hasta que no se investigue, ésta idea fue expresada en la pregunta 9.

Con sus respuestas permitió a la parte investigadora analizar las tácticas para el cumplimiento de los objetivos específico de la investigación, se fue delimitando los elementos más importantes para el diseño de la estrategia comunicacional transmedia en las comunidades vulnerables de Puente Lucía que hacen uso de la modalidad de desarrollo infantil integral misión Ternura CNH, a fin de promover el uso del servicio “escuela de familia”.

Finalmente, la entrevistada explicó que el motivo primordial del funcionamiento de la modalidad Misión ternura CNH en las comunidades vulnerables conlleva a la creación de espacios familiares con entornos sanos, disminuir el índice de desnutrición, fomentar hábitos de higiene y cuidado infantil, lo cual se llega a cumplir si las familias se comprometen con el servicio otorgado de forma gratuita, pero en función de corresponsabilidad.

Entre los datos más evidenciados en cuanto a canales de comunicación, se verificó que la gran mayoría de madres y padres de familia sí cuentan con un celular propio, en el cual manejan prioritariamente el WhatsApp, pero con conexión de internet compartida con vecinos o demás familiares que cuenten con recargas de megas diarias. La adquisición del internet la buscan por medios económicos externos o repartidos entre dos y tres familias aledañas a sus casas.

Una gran parte de usuarios de la modalidad indica no haber conocido los servicios de Misión Ternura CNH por ningún otro medio de comunicación que no haya sido “el boca a boca” impartido por la educadora familiar, quien le transmitido la importancia para el

desarrollo infantil integral de un niño o niña, considerando deficiente la comunicación a nivel general de toda la modalidad.

También se evidenció que casi no usan los medios de comunicación tradicionales, normalmente sí cuentan con un televisor, pero en su mayoría de veces está apagado. En cada visita el recibimiento que las familias le dan a la educadora es en una hamaca, realizando tareas del hogar, ejerciendo emprendimientos sobre todo preparación de comidas, pero con el celular a lado, tengan o no internet.

Entre los datos más relevantes que se recogieron de la encuesta aplicada están:

- 31 personas ubicaron a las “consejerías individuales” en primer lugar como el servicio que es muy frecuentemente utilizado, le sigue las “consejerías grupales” elegidas por 14 personas, en tercer lugar, las “escuelas de familias” escogidas por 3 personas y en último lugar utilizan los “servicios intersectoriales”, según la preferencia de dos personas.
- 38 personas ubicaron en el primer lugar a la “visita de la educadora” como el medio por donde muy frecuentemente se enteran de las actividades, seguido por las redes sociales según 4 personas y finalmente la televisión indicada por 1 persona.
- 9 personas consideran que muy frecuentemente obtienen internet por “red compartida con vecinos”, ubicando a la opción en primer lugar, en segundo lugar, usan un plan propio / prepago según 2 personas y finalmente, 1 indica que no usa internet muy frecuentemente.
- La red social más usada muy frecuentemente según 20 personas es el WhatsApp, seguido del Facebook y Youtube indicado por 5 personas respectivamente, y por último el Instagram elegido por 2 personas.
- De los encuestados, 28 usuarios no han asistido a ninguna escuela de familia, mientras que a la 3era. asistieron 12 usuarios, seguido de la 1era. con la presencia de 6 usuarios y por último la 2da escuela con el registro de 4 usuarios.
- Solo 2 usuarios han asistido a las tres escuelas de familias impartidas hasta el momento, quedando un restante de 43 usuarios con asistencias irregulares, entre ellos 28 nunca han asistido a una escuela de familia, 14 usuarios han ido a 1 y 1 usuario ha ido a 1 escuela de familia.
- 32 usuarios indican que la principal razón de no asistir a las “escuelas de familias” es porque no se acuerdan de su realización, 7 usuarios dicen que “no tienen tiempo” y 4 usuarios dicen que se aburren en los talleres de escuela de familias.
- 31 usuarios consideran que el principal incentivo para asistir a las escuelas de familia es “recordándoles por medios de comunicación y ofreciéndoles cursos de manualidades”, mientras que 9 usuarios ubican en segundo lugar la opción de “recordándoles por medios de comunicación y brindarles asesoría de emprendimientos”, y finalmente 5 usuarios ubican en tercer lugar la opción “recordándoles por medios de comunicación y ofrecerles cupos de atención médica”.
- 35 usuarios eligieron las “redes sociales” como medio prioritario para que les recuerden sobre la realización de escuela de familias, 8 usuarios ubicaron como segunda opción a la “visita personalizada puerta a puerta”, y en tercer lugar 2 usuarios indicaron que les gustaría recibir “llamadas”.
- 29 usuarios prefieren que les recuerden la realización de las escuelas de familia “un día antes”, seguido del voto por 12 usuarios que indicaron su preferencia por “dos días antes”, y por último 4 usuarios consideran que les gustaría “una semana antes”.

- 31 usuarios calificaron como “deficiente” la comunicación que emplea la modalidad Misión Ternura CNH actualmente, por otra parte 10 usuarios consideran que es “buena”, seguidamente 3 usuarios indican que es “muy buena” y por último 1 usuario la califica como “excelente”.
- 30 usuarios eligieron como primera opción que se implemente “recordatorios en redes sociales” como canal de comunicación en la unidad de atención Angelitos cariñosos de la modalidad Misión Ternura CNH en Puente Lucía, como segunda opción ubicaron con 9 votos a la repartición de “volantes puerta a puerta”, y finalmente con 3 votos cada opción que se implementen “afiches fuera de la unidad” y “mensajes de texto en el celular”.
- 39 usuarios evalúan al trabajo de la educadora como “excelente” ubicando la opción en primer lugar, 5 usuarios indican que es “muy bueno” dándole un segundo lugar, 1 usuarios lo evalúa como “bueno” poniéndolo en tercer lugar y finalmente nadie dice que es deficiente.

Propuesta

La Presente investigación finaliza con la propuesta de una Estrategia comunicacional transmedia “CoMisión”.

Análisis situacional

En Puente lucía, parroquia Pascuales de la Ciudad de Guayaquil, los usuarios de la modalidad de desarrollo infantil integral Misión Ternura CNH según herramientas de investigación manifiestan que el servicio de “escuelas de familias” es uno de los menos utilizados a causa de no acordarse de su realización, por lo que desean se implemente recordatorios por medios de comunicación.

Entre los canales muy frecuentemente usados por usuarios están: el contacto interpersonal mediante la visita de la educadora y las redes sociales. Debido a que sí poseen en su mayoría internet por red compartida con vecinos, emplean en su comunicación el WhatsApp, Facebook, Youtube e Instagram. Los recordatorios sugieren que se los realice prioritariamente un día antes, lo cual se plantea que ya sea por visita personalizada de la educadora, difusión por medios o ambas vías, se pueda desempeñar el rol en la carga horaria laboral el día previo, sin ningún otro rol encomendado solo por ese día.

Los usuarios consideran que debe existir un incentivo extra para promover la asistencia a las escuelas de familias, el cual indican sea la oferta de cursos de manualidades en cada taller, atrayendo el interés de madres y padres de familia mediante herramientas de difusión tales como volantes puerta a puerta, afiches fuera de la unidad y mensajes de texto en el celular.

Finalmente, en su mayoría evalúan el trabajo de la educadora como excelente, pero haciendo énfasis que en ámbito general la modalidad Misión Ternura CNH emplea una comunicación deficiente hacia sus usuarios porque la información a nivel distrital no llega donde ellos con facilidad.

Canales y mensajes para la comunicación transmedia

Tabla 1 Canales y mensajes

Públicos: Actores Clave				
Público objetivo	**Objetivo**	**Medios**	**Mensaje clave**	**Frecuencia**
Representantes de los usuarios	Captar la atención para incrementar la asistencia a las escuelas de familias y demás servicios que ofrece la modalidad de desarrollo infantil integral Misión Ternura CNH en Puente lucía.	1)Visita de la educadora un día antes.	"CoMisión"	1 visita por usuario un día antes de la realización de la escuela de familias.
		2) Redes sociales: WhatsApp, Facebook y Youtube.	Somos Todos Saludo. Difundir sobre la realización de la "escuela de familias"	Todos los días informar sobre actividades impartidas y otras a realizarse.
		3) Volantes puerta a puerta.	¡Asiste a las escuelas de familias y podrás aprender manualidades para emprender tu negocio propio!	1 visita por usuario un día antes de la realización de la escuela de familias.
		4) Afiches fuera de la unidad de atención.		Todos los días informar sobre actividades impartidas y otras a realizarse.
		5) Mensajes de texto en el celular	¡Ya sabes que el martes a las 9:00 podrás aprender sobre tus derechos y podrás preparar una torta con tus propias manos!	1 vez por usuario, si se verifica que no le llega el mensaje de whatsApp un día antes de la realización de la escuela de familias.

CONCLUSIONES

El método exploratorio ejecutado por la trabajadora operativa hacia los usuarios de la modalidad objeto de estudio fue de gran importancia para poder analizar y determinar las piezas comunicacionales que serían útiles para el diseño de la estrategia comunicacional transmedia, con las formas de convivencia intrafamiliar evidenciadas mediante la observación se podrían determinar efectivamente con índices de vulnerabilidad menores del 65%.

Una gran cantidad de teóricos comunicólogos investigados consideran que la comunicación institucional externa es un recurso que las empresas adquieren para focalizar sus objetivos hacia la publicidad y venta instantánea, olvidándose de los requerimientos de sus públicos o medios de comunicación accesibles que les permita recibir los mensajes de manera objetiva para crear una imagen institucional convincente.

Los canales que favorecerían al desarrollo de la comunicación entre el personal operativo y los usuarios de la modalidad Misión Ternura CNH de Puente Lucía son prioritariamente el “interpersonal”, seguido por el internet, y finalmente la televisión. Los usuarios vulnerables y con extrema vulnerabilidad de la unidad de atención “Angelitos cariñosos” prefieren como medios de comunicación interactivos la visita de la educadora y el envío de recordatorios por redes sociales (WhatsApp y Facebook).

Los actuales usuarios consideran que la modalidad a nivel general maneja una comunicación deficiente, valoración que le atribuyen por la falta de mensajes a través de medios eficientes que permita llegar el mensaje a sus comunidades. La mayoría de encuestados manifestaron no haber visto algún tipo de propaganda o publicidad en medios de comunicación masivos que les informe sobre el lanzamiento de Misión Ternura como proyecto o sobre las realizaciones ya empleadas en territorio.

En la comunidad vulnerable de Puente Lucía sí es aplicable una estrategia transmedia, pero involucrando medios no convencionales como principales herramientas seguras de difusión que promuevan interés en sus públicos. Entre estos medios se prioriza la visita de la educadora, el manejo de redes sociales, afiches de información colgados fuera de la unidad de atención, mensajes de texto y emplear volantes en forma de claqueta informativa.

Aparte de fomentar la comunicación para la solución a la problemática de asistencias irregulares a las escuelas de familias, los usuarios de la modalidad infantil integral en su gran mayoría requieren un plus en el servicio, lo cual les permita desarrollar habilidades creativas, los encuestados manifestaron el requerimiento de talleres de manualidades como medida alternativa para fomentar la afluencia de madres y padres de familia en los talleres.

RECOMENDACIONES

Para emplear un tipo de comunicación transmedia en sectores vulnerables, se debe analizar el entorno comunitario, los recursos tecnológicos con los que cuentan sus habitantes, y planificar mensajes para los medios que mayor utilidad le dé el público meta. Es indispensable indagar a estos públicos para conocer la valoración que le asignan a la empresa y así reunir recursos para emprender la estrategia.

El personal operativo en sectores vulnerables debe poseer vocación de servicio social porque en determinados hogares existe extrema pobreza, lo cual conlleva a desempeñar su rol laboral en una amplia diversidad de cultura ajenas a las propias del educador, las cuales tiene que saber manejar con el tono de voz, actitud y gestos coherentes y alineadas al entendimiento de los usuarios.

Las condiciones comunicacionales con las que cuenta un sector vulnerable que es aprobado para el uso de un servicio estatal o gratuito, tienden a ser pocas, sin embargo, se recomienda encontrar medios alternativos que fomenten la comunicación principalmente en sectores rurales en donde las casas son lejanas, existe incertidumbre, desconocimiento del acontecer diario en la ciudad o parte urbana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, C. (19 de Diciembre de 2017). *ENTRE PERIODISTAS*. Obtenido de COMUNIDAD PARA VIVIR EL PERIODISMO: http://www.entreperiodistas.com/comunicacion-transmedia-la-narracion-expandida/

Araujo y López . (2010). Invertir en los primeros años de vida: Una prioridad para el BID y los países de América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo - División de la Protección Social y Salud*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/254422752_Invertir_en_los_primeros_anos_de_vida_Una_prioridad_para_el_BID_y_los_paises_de_America_Latina_y_el_Caribe

Asamble Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador .* Quito.

Capriotti. (2009). *Branding Corporativo - Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa.* Chile: Andros Impresores.

Caridad Araujo, M., & López-Boo, F. (abril-junio, 2015). LOS SERVICIOS DE CUIDADO INFANTIL EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. *El Trimestre Económico, vol. LXXXII (2), núm. 326*, 249-275. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/313/31342333001.pdf

Chavez. (1996). *La Imagen Corporativa Teoría y Metodología de la Identificación Institucional.* México: GGILL S.A. DE C. V. .

Costa. (1977). *Imagen Corporativa en el siglo XXI.* Barcelona: La crujía Ediciones.

Domingo. (s.f.). *¿Qué es una política pública?* Obtenido de http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8122BC01AACC9C6505257E3400731431/$FILE/QU%C3%89_ES_UNA_POL%C3%8DTICA_P%C3%9ABLICA.pdf

Gómez. (3 de septiembte de Septiembre de 2013). 'Transmedia', contenidos en distintas plataformas. *EL TIEMPO: Jeff Gómez ha incorporado la transmedia para crear contenidos en la industria del entretenimiento.*

Herrera. (2016). *Estrategia de publicidad social mediante branding emocional y transmedia storytelling para promover la asistencia a centros de rescate animal. Caso: Vivarium de Quito.* Quito, Ecuador: Repositorio Digital Universidad De Las Américas Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales Escuela de Comunicación Licenciatura en Publicidad. Obtenido de http://200.24.220.94/handle/33000/5581

Jenkins. (2003). Narrativa transmedia. *Technology Review, Massachusetts Institute of Technology (MIT)*, https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/.

MCDS-MIES/INFA-MSP-MINEDUC. (2011). *Estratégia Nacional Intersectorial de Desarrollo Infantil Integral.* Ecuador: Documento digital. Obtenido de

https://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/2011-Estrategia_Nacional_Intersectorial_de_Desarrollo_Infantil_Integral.pdf

MIES. (2019). *Proyecto de Red de Protección.* Quito.

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2017). *El estado del Buen Vivir: Desarrollo Infantil.* Ecuador: DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS; COORDINACIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y DATOS DE INCLUSIÓN. Obtenido de https://info.inclusion.gob.ec/infomies/descargas_documentos/INVESTIGACIONES/DESARROLLO_INFANTIL_INTEGRAL/EL%20ESTADO%20DEL%20BUEN%20VIVIR%20-%20DESARROLLO%20INFANTIL%20INTEGRAL.pdf

Norma Técnica. (2018). *Norma Técnica - Ministerio de Inclusión Económica y Social.* Quito: MIES.

Pacheco. (2014). *Plan estratégico de comunicación integral para la cooperativa de ahorro y crédito Gonzanamá.* Gonzanamá, Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.

Porter. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia por Michael E Porter. *Harvard Business Review América Latina*, 18.

Real Academia Española. (2019). *Real Academia Española - Diccionario de la lengua española*. Obtenido de http://www.rae.es/

Sampieri, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta. edición. ed.). México D.F., México : McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Sánchez, C. C. (Dic. 2013). Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y Comunicación Social* , 561-574.

Scolari. (2008). *Hipermediaciones - Elementos paar una Teoría de la comunicación Digital Interactiva.* España: Gedisa.

Scolari. (2013). *NARRATIVAS TRANSMEDIA: Cuando todos los medios cuentan* (Primera edición: enero de 2013 ed.). Barcelona, España: Centro Libros PAPF, S.L.U., 2013.

Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. *Austral Comunicación*, 247-249.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades). (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida.* Quito: aprobado en sesión del 22 de septiembre de 2017, mediante Resolución N.º CNP-003-2017. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades. Juan León Mera N.º 1936 y Patria, Edif. Senplades.

Secretaria Nacional Plan Toda una Vida. (2018). *Toda una Vida Intervención Emblemática Misión Ternura.* Quito, Ecuador: Versión digital www.todaunavida.gob.ec. Obtenido de https://www.todaunavida.gob.ec/politica-mision-ternura/

Shannon y Weaver. (1949). *THE MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION.* United States of America.: THE UNIVERSITY OF ILLINOIS PRESS . URBANA· 1964.

Thompson, Gamble, Peteraf, Strickland. (2012). *Administración estratégica - Teoría y Casos* (18a edición ed.). (J. M. Chacón, Ed.) México, D.F, México.

LÍNEA TEMÁTICA:

PSICOLOGÍA, BIENESTAR Y SOCIEDAD

ISBN: 978-9942-960-44-3

001. LAS PAUSAS ACTIVAS PARA REDUCIR EL NIVEL DE ESTRÉS EN LOS ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR. CASO ECOTEC 2019

Autores:

César Castañeda Paredes, Mgs.
Universidad Ecotec,
ccastaneda@ecotec.edu.ec

Holger Rivadeneria Lazo, Mgs.
Universidad Ecotec,
hrivadeneira@ecotec.edu.ec**;**

RESUMEN

En la actualidad los estudiantes de nivel superior, de manera especial los que trabajan, los emprendedores, los que se encuentran liderando empresas, quienes se encuentran en búsqueda de trabajo, han optado por alternativas que mejoren su calidad de vida, tanto física como mental, ocasionadas por cargas laborales altas, elevados niveles de exigencia académica, necesidades personales. Tal es el caso, que surge la necesidad de implementar pausas activas en el trabajo y la academia; hoy es la mejor alternativa, para la conservación de la buena salud, del bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida. Con el diagnóstico realizado en la Universidad Ecotec, en el Nuevo campus Samborondón, se encontró, que por el momento no se evidencia un programa y/o cronograma estructurado de pausas activas, dirigida a la comunidad estudiantil, ni al personal operativo, administrativo y docente, perteneciente a la institución.

Es así como se conforma un grupo interdisciplinar compuesto por estudiantes de varias facultades cuyos objetivos fueron determinar la percepción que tienen los miembros de la comunidad sobre las pausas activas en su vida cotidiana, diagnosticar la situación actual del problema y proponer alternativas de solución.
El método científico deductivo de tipo cuantitativo y las técnicas de Observación, encuestas y entrevistas ayudaron en la obtención y tabulación de datos que permitieron el establecimiento de conclusiones y recomendaciones como aporte a la solución de la problemática.

Entre las conclusiones se pudo determinar que la mayor parte de estudiantes carecen de conocimientos acerca del problema, por otro lado, mediante una propuesta de pausas activas de calidad es posible que se reduzca la afectación de factores estresores en los estudiantes de la universidad Ecotec por lo tanto se reduciría así el estrés académico al cual están expuestos.

Palabras claves

Calidad de vida, pausas activas, diagnóstico, salud, estudiantes, método científico.

SUMMARY
At present, higher level students, especially those who work, entrepreneurs, those who are leading companies, who are in search of work, have opted for alternatives that improve their quality of life, both physical and mental, caused by high workloads, high levels of academic demand, personal needs. Such is the case, that the need arises to implement active breaks in work and academia; Today is the best alternative, for the preservation of good health, well-being and the improvement of the quality of life. With the diagnosis made at the Ecotec University, in the New Samborondón campus, it was found that at the moment there is no evidence of a program and / or structured schedule of active pauses, aimed at the student community, or the operational, administrative and teaching staff , belonging to the institution.

This is how an interdisciplinary group consists of students from various faculties whose objectives were to determine the perception that community members have about active pauses in their daily lives, diagnose the current situation of the problem and propose alternative solutions.

The quantitative deductive scientific method and the techniques of Observation, surveys and interviews helped in obtaining and tabulating data that allowed the establishment of conclusions and recommendations as a contribution to the solution of the problem.

Among the conclusions it was possible to determine that most students lack knowledge about the problem, on the other hand, by means of a proposal of active quality breaks it is possible to reduce the impact of stressors on the students of the Ecotec University. both would reduce the academic stress to which they are exposed.

Keywords
Quality of life, active breaks, diagnosis, health, students, scientific method.

GENERALIDADES

Bajo la percepción de Soren Ashley y Joel Pearson, de la Universidad de Nueva Gales del Sur en Sydney estudiaron estrategias de aprendizaje exitosas, demostraron que practicar demasiado conduce a un progreso de aprendizaje progresivamente menor (como con la ley de Rendimientos decrecientes). O, para decirlo de manera positiva, el éxito del aprendizaje se establece más rápido si tomas descansos en el medio. La mejor manera de hacer esto regularmente: cuando se aprenden nuevas habilidades, se desarrollan nuevas conexiones en el cerebro, en la jerga técnica también se les llama plasticidad neuronal (Ashley & Pearson, 2012).

Para adquirir habilidades a largo plazo, estos cambios en el cerebro deben profundizarse y fortalecerse. Esto solo es posible a través de la transferencia de la memoria a corto y largo plazo, por ejemplo, a través de pausas regulares más largas. Si la información y los cambios neuronales no se consolidan adecuadamente, el progreso del aprendizaje solo se notará a corto plazo o ni siquiera llegará a su fin (UNSAW, 2012).

Esto también se afirmó en las investigaciones de Rohrer y Pashler: cuando volvieron a analizar sus experimentos, también tomaron descansos entre las etapas de aprendizaje, de cinco minutos a aproximadamente catorce días. Resultado: los que tomaron un día de vacaciones compusieron las mejores pruebas en caso de que ocurrieran diez días después del hecho. Sea como fuere, en el caso de que lo hayan analizado medio año después, el descanso de aprendizaje ideal se mantuvo durante un mes (Rohrer & Pashler, 2010).

Los investigadores dirigidos por Chris Pawson de la Universidad de East London y Mark Gardner de la Universidad de Westminster han observado durante mucho tiempo que la deshidratación empeora el rendimiento académico. "Nuestros resultados sugieren que agregar agua a las pruebas es suficiente para mejorar sus calificaciones", dice el líder del estudio Chris Pawson. Sin embargo, eso es justo decir, esta es una correlación sorprendente, no causalidad. Sin embargo, como se demostró, beber ayuda a reducir el estrés y el metabolismo (Sellgren, 2012).

Un nuevo estudio va aún más allá: El estudio francés de Stephanie Mazza, de la Universidad de Lyon, concluye que el sueño corto regular nos ayuda a procesar y recordar la información de manera más efectiva, incluso seis meses después de haber aprendido algo. Sobre todo, el estudio actual muestra la influencia positiva de las siestas cortas entre dos unidades de aprendizaje (Mazza et al., 2016)
A nivel nacional no hay estudios académicos acerca de pausas activas implementadas a estudiantes universitarios, más sí dirigidas a trabajadores como en los casos de (Duque & Herrán Jorge, 2012) **“las pausas activas como estrategia para el control de la fatiga”** concluyendo que resulta eficaz la elaboración de un manual de pausas activas, dirigido al personal de la empresa Recycob, con la finalidad de disminuir enfermedades ocupacionales. En este escrito, se recopilan datos para la elaboración del manual con ejercicios prácticos que enriquecen la calidad de vida de los colaboradores, elevando a la vez su productividad (Garrido, 2017).

Cambia el escenario a nivel general, pues en Latinoamérica sí se encuentran estudios de pausas activas aplicadas en instituciones educativas. En la Universidad Peruana de Ciencias

Aplicadas-UPC fue creado un proyecto de "UPC Saludable” en marzo de 2009 por el área de nutrición y dietética de la Facultad de Ciencias de la Salud en el que se promueve la actividad física a través de un curso e incluye la iniciativa de las "pausas activas" en lo académico. En la actualidad, hay universidades que han optado por el uso de los medios electrónicos para compartir tanto con su comunidad estudiantil, académica y administrativa cronogramas de pausas activas y en la mayoría de casos rutinas de ejercicios de pausas activas como en la Universidad de Manizales, universidad cooperativa de Colombia, Universidad de San Buena Aventura Cali, Universidad de Zaragoza, Universidad Nacional de Patagonia San Juan Bosco, Universidad Nacional de Colombia y la fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano (Ugarte, Solís, García, & Cárdenas, 2010).

El mundo de hoy, reconoce globalmente que el estrés es uno de los principales problemas para la salud de los estudiantes y trabajadores en las instituciones. El estrés es definido por la OIT como la respuesta emocional y física ante un daño causado por el desequilibrio entre las exigencias, recursos y las capacidades percibidas por el sujeto frente a la demanda laboral. (Osorio, 2018) de la Universidad de Chile plantea que el estrés académico es la reacción normal frente a distintas exigencias y demandas a las que se enfrentan los estudiantes en las universidades, como los exámenes, trabajo, presentaciones, etc. Si bien esta reacción nos activa y moviliza para reaccionar con eficacia y así lograr obtener los objetivos y metas planteados, usualmente la demanda y las exigencias aumentan causando un desbalance en la reacción endócrina y así disminuyendo el rendimiento.

Aunque el estrés puede darse en diferentes situaciones, a menudo empeora cuando el sujeto siente que no recibe el apoyo suficiente de sus supervisores y colegas, cuando posee un control limitado de su trabajo o la manera que puede enfrentarse antes las exigencias y presiones académicas (“Los distintos tipos de estrés,” n.d.)
Según la OMS, el 17% de los adultos de la población global es físicamente inactivo y el 41% es sólo insuficientemente activo para obtener beneficios en su salud. De ahí la significancia de realizar actividad física en el espacio donde se pasa mayor parte del día o donde se desencadenan gran parte de factores estresores (Madrid Salud, 2018).
Estudios latinoamericanos como el realizado por El Ministerio de Producción de Salta, manifiesta que las pausas activas son una serie de ejercicios físicos de movilidad, estiramiento y tonificación muscular de leves a moderados, que activan el sistema musculo esquelético, cardiovascular, respiratorio, cognitivo y alivian las tensiones producidas por posturas inadecuadas en el ámbito de trabajo cotidiano (Gobierno de Provincia de Salta, 2018).
De acuerdo con el Ministerio de Salud Pública de Colombia las pausas activas son sesiones de actividad física desarrolladas en el entorno donde se labora con una duración continua mínima de 10 minutos (Ministerio de Salud Colombia, 2019).

Las pausas activas cambian la dinámica laboral y se puede combinar una serie de movimientos que activan los músculos, el sistema circulatorio, la respiración y la mente, explican desde Cermed, Centro de Rehabilitación Medico Privado. Estas actividades aportan a la mejor de la postura, disminuir el estrés, favorecer la circulación, incrementar la capacidad de concentración y por ende mejorar el desempeño académico. Cuando se realizan las pausas activas nuestro cuerpo suelta endorfinas que nos ayudan a reducir la fatiga y el estrés académico, evitando así que este afecte negativamente la salud psicológica y física de los estudiantes. Un estudiante estresado se encontrará poco motivado y tiende a enfermarse más a menudo (Cermed, 2018).

En Ecuador son pocos los estudios científicos de los cuáles se obtienen resultados concluyentes con respecto a la implementación de las pausas activas para el mejoramiento de la salud y estos se encuentran enfocados únicamente al área laboral, sin embargo, son determinantes y acorde a lo que esperábamos muestran una disminución en las molestias musculo esqueléticas, es decir, mejoras a nivel de salud.

PROBLEMÁTICA

En el caso de la Universidad Ecotec campus Samborondón, es poco lo que se conoce de la aplicación de pausas activas en el ambiente laboral y menos aún en el ámbito académico, a excepción de ciertas actividades lúdicas dirigidas por un porcentaje muy bajo de maestros en clases específicas y de manera esporádica.

Con el trabajo investigativo se aporta a nivel teórico, para así llegar a reducir el estrés académico presente, mejorar la salud física, cognitiva y mental de la comunidad educativa, y a largo plazo lograr la prevención de enfermedades ocupacionales como el síndrome de burn-out. Obteniendo a la vez un beneficio para los estudiantes pues a menudo se desconocen de estrategia para manejar el estrés al que se encuentran constantemente expuestos, presentando así fatiga, irritabilidad y agotamiento mental incrementando la posibilidad de un bajo rendimiento académico y estragos en su salud. El propósito es reducir el nivel de estrés mediante un programa de pausas activas, como una técnica saludable para el alumno pues mejora el rendimiento físico, académico y mental, reduciendo el riesgo de que ocurran enfermedades a causa de los elevados niveles de estrés, mejora las relaciones interpersonales, mejora la adaptación al cambio, el estado de salud, el trabajo en equipo, la comunicación, la ergonomía y el clima estudiantil (Gutiérrez, Torres, & Zavaleta, 2018).

La pregunta general a considerar en el problema es ¿Cómo podemos mediante pausas activas reducir el nivel de estrés en los estudiantes de nivel superior?

IDEA A DEFENDER

Estableciendo las pausas activas, se podría reducir el nivel de estrés académico en los estudiantes.

El trabajo de investigación desarrollado es el adecuado y a que se pudo observar la afectación de distintos factores estresores académicos en los estudiantes de la Universidad, por lo que se espera prevenir el agravamiento del estrés, convirtiéndose en agudo o crónico que como consecuencia afectará la salud y su rendimiento.

El modelo de pausas activas ofrece técnicas para manejar correctamente el estrés de los estudiantes tanto a nivel grupal como individual. Esta propuesta no se ha dado antes en la Universidad Ecotec. Mediante su implementación, el rendimiento físico, académico, y mental, mejorará considerablemente; beneficiará en las relaciones interpersonales reduciendo el riesgo de que ocurran enfermedades a causa de los elevados niveles de estrés, influirá positivamente en el trabajo en equipo, la comunicación, la ergonomía, y el clima estudiantil.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Pausas Activas	Técnicas de ejercicios compensatorios que se ponen en práctica durante la jornada educacional.	Presencia de pausas activas	Encuesta: cuestionario de preguntas cerradas.
Estrés	Estado de cansancio mental o físico que debilita y agota a la persona, generando tensión y molestias que no le permiten relajarse.	Número de personas afectadas por el estrés	Encuesta: cuestionario de preguntas cerradas.

Figura 1. Elaboración propia

UNIVERSO Y MUESTRA

En función a la población que se empleará para la presente investigación, se utilizó el número de estudiantes de la Universidad Ecotec Campus Samborondón, el cual se estima en un total de 3093, Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas que se describe a continuación:

$$n = \frac{Z^2 \ pqN}{(N-1)e^2 + Z^2 \ pq}$$

MÉTODOS

El método empleado en este trabajo de investigación es el Científico, debido a que en primera instancia se recabaron datos sobre el objeto de estudio y las características principales de los estudiantes respecto al problema. Posteriormente, se utilizó el método descriptivo, según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), este tipo de estudios permite especificar las características o propiedades más significativas de personas, grupos, poblados o de cualquier fenómeno con el cual se desarrolló el estudio. Básicamente con la descripción se hizo una medición de la información a través de estadísticas y porcentajes para determinar los rasgos principales de las mayorías para definir un patrón específico.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el levantamiento de información se empleará la técnica de la encuesta a través del instrumento de cuestionario de preguntas cerradas, con el cual se buscó cumplir los siguientes objetivos:

1. Determinar qué criterios tienen los estudiantes sobre el estrés
2. Diagnosticar que causas provocan el estrés en los estudiantes
3. Proponer pausas activas para reducir los niveles de estrés.

En la recolección de datos se presenta que la mayoría de las estudiantes pertenecen a la facultad de Marketing y Comunicación con un 43,40%, seguidos por los de la facultad de Derecho y Gobernabilidad con un 23,00% y los de Ciencias económicas y empresariales con una representación del 18,60%.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Al realizar la recolección de datos se ejecutó la técnica de la encuesta, la que se realizó entre los días 15 y 16 de agosto del 2019, en el cantón de Samborondón en la Universidad Ecotec, específicamente en los salones de materias complementarias donde se encuentran inscritos alumnos de distintas carreras. Debido a esto, la muestra de 100 personas se realizó de la siguiente forma.

Tabla 1
Distribución de la muestra

Aula	Referencia	Número de personas
C-104	Ubicada en el bloque C, planta baja	28
C-201	Ubicada en el bloque C, primer piso	35
C-203	Ubicada en el bloque C, primer piso	27
C-205	Ubicada en el bloque C, primer piso	10
Total		100

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Con los resultados se percibirá la frecuencia y participación que tiene cada pregunta sobre el total de la muestra. Acorde con la respuesta se presentarán intervalos de frecuencia para que sea posible determinar edades y nivel de ingreso de las personas objeto de estudio.

Los resultados de la encuesta determinan que los datos con mayor frecuencia en el muestreo fueron: Con un 33% de participación se encuentran los individuos de 19 años, le siguen las personas de 18 años con un 21% y los de 20 años con el 18%. Por lo tanto, el 72% de los encuestados poseen de entre 18 a 20 años de edad.

En cuanto al sexo de los participantes, en la encuesta hay una mayor representación de mujeres con un 61,10% siendo así, la participación de un 38,90% de hombres.

Sobre el conocimiento de las pausas activas se puede observar que la mayoría de encuestados en un 38,1% consideran que una pausa activa es una “técnica de ejercicios compensatorios que se ponen en práctica durante la jordana laboral o estudiantil” lo cual es correcto, un 31% opinan que son “recesos entre las jornadas de clases” y un 22,1% de estudiantes escogieron que es una “terapia para reducir los niveles de presión”.

De los encuestados aproximadamente la mitad ha realizado pausas activas en algún momento de su vida con un 51,30%, el resto no con un 48,70%, lo que indica que en general gran parte de los encuestados conocen han podido experimentar lo que es hacer una pausa activa.

Por otra parte, los encuestados que sí han realizado pausas activas indican que estas en su mayoría con un 61,20% las han realizado en un ámbito educacional. El 28,40% señala haberlas realizado en otro ámbito y el resto con un 17,90% las ha realizado en un espacio laboral.

A continuación, un 82,30% de estudiantes experimenta algún tipo de malestar físico o emocional en la jornada estudiantil. En un alto porcentaje del 58,60% dicen experimentar ansiedad, seguido por un elevado porcentaje del 50,50% que atraviesa irritabilidad y otra mayoría de estudiantes comunican sentir tensión muscular. Es interesante destacar que los encuestados especifican que además demuestran síntomas somáticos como tics en el ojo ante respuesta de posibles factores causantes del malestar.

Al analizar el tema sobre el conocimiento del estrés, el 78.8% de los estudiantes establecen que el estrés es el estado mental y físico provocado por la experiencia de un rendimiento muy superior al normal. Mientras que el 8.8% entiende que son fuertes dolores de cabeza, por otra parte, un 7.1% entiende que es el agotamiento físico, y un 5.3% considera que el estrés surge por realizar actividades de forma apresurada.

Al cotejar las causas del estrés, el 68%, respondió que debido a exámenes, deberes, etc. seguido por el 38% el cual dijo que por una densa carga horaria y un 26% indicó que por el clima social negativo, posteriormente el resto refirió a que se causaba por otros factores académicos estresores aproximadamente el 1% especificó que se daba por factores externos.

Por otra parte, el 52% de los estudiantes respondieron que afrontan el estrés con sustitución de la actividad académica por otras distractoras, el 32% indico que, por medio de la meditación, 27% respondió que con ejercicios de respiración y solo el 1% de los estudiantes respondió que, viajando, escuchando música, durmiendo, orar, leer pintar etc.

Al observar cómo los estudiantes desearían aliviar su estrés, el 45% respondió que, con pausas activas, el 41% practicando deporte, un alto porcentaje de 38% contestaron que practicando una actividad artística y de otras formas.

Aproximadamente el 90% de estudiantes respondió que, si le gustaría que se realice pausas activas, y el 10% de ellos respondió que no le gustaría que se las realice.

Se pudo observar que un 87,6% de los encuestados si desean recibir información sobre las pausas activas y solo un 12,4% no desea información. Lo que indica que la mayoría si desea recibir información sobre las pausas activas.

Los resultados determinan que un 64% desean recibir la información mediante Instagram, el 40% indica por email, así mismo el 26% respondió que desea recibir

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada se identifica que aproximadamente la mitad de la población estudiantil de la Universidad Ecotec carece de conocimientos acerca de las pausas activas, por otro lado, más de la mitad posee criterios acerca de la conceptualización del estrés.

Consecuente a esto en la realización de la encuesta se logró observar que hay diversos factores estresores en la jornada estudiantil, tales como los exámenes, deberes, densa carga horaria, clima social negativo y otros factores académicos que propician la presencia de estrés en los estudiantes.

Al realizar el levantamiento de información una parte de los estudiantes, aproximadamente más de la mitad, concuerda en que las pausas activas serían una manera en la cual podrían aliviar su estrés. Hemos llegado a concluir que mediante una propuesta de pausas activas es posible que se reduzca la afectación de factores estresores en los estudiantes de la universidad Ecotec por lo tanto se reduciría así el estrés académico al cual están expuestos.

RECOMENDACIONES

- Implementar una propuesta de pausas activas como estrategia de afrontamiento ante el estrés académico que presenta el alumnado de la Universidad Ecotec y un programa de implementación de pausas activas en los estudiantes de la Universidad Ecotec campus Samborondón por el lapso de seis meses como plan piloto.
- Sistematizar y socializar los resultados del plan piloto.
- Las pautas que se deberán implementar para disminuir los niveles de estrés, se centran en tomar un descanso cuando las jornadas son largas y en estado de tensión.
- Debido a que el éxito del aprendizaje se establece más rápido si tomas descansos en el medio después de realizar actividades que le demanden mayor esfuerzo mental.
- Los estudiantes deben considerar la posibilidad de tomar descansos entre las fases de aprendizaje, de cinco minutos. Debido a que tendrán resultados positivos, en el mejoramiento y optimización del rendimiento académico.
- Ingerir agua antes de realizar exámenes, podrían mejorar las calificaciones, reducir el estrés y mejorar el metabolismo.

REFERENCIAS

Ashley, S., & Pearson, J. (2012). When more equals less: overtraining inhibits perceptual learning owing to lack of wakeful consolidation. Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences, 279(1745), 4143–4147. https://doi.org/10.1098/rspb.2012.1423

Cermed, O. (2018). Pausas activas en el trabajo: disminuyen el estrés y mejoran la calidad de vida. Retrieved September 3, 2019, from http://espacioin.com.ar/pausas-activas-en-el-trabajo-disminuyen-el-estres/

Duque, V., & Herrán Jorge. (2012). "Las pausas activas como estrategia para el control de la fatiga. Universidad Central del Ecuador. Retrieved from http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7284/1/T-UCE-0007-303i.pdf

Garrido, A. (2017). Elaboración de un Manual de Pausas Activas Dirigido al Personal de la Empresa Recycob, con la Finalidad de Disminuir Enfermedades Ocupacionales. Instituto Tecnológico Superior Cordillera. Retrieved from http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3252/102-RHP-17-17-1721718441.pdf?sequence=1

Gobierno de Provincia de Salta, A. (2018). Importancia de la pausa activa como prevención del estrés laboral. Retrieved from http://www.salta.gov.ar/prensa/noticias/importancia-de-la-pausa-activa-como-prevencion-del-estres-laboral/58206

Gutiérrez, C., Torres, K., & Zavaleta, K. (2018). Efectividad de un Programa de Pausas Activas para la Reducción del Nivel de Estrés Laboral en el Personal Administrativo en una Clínica de Lima. Universidad Peruana Cayetano Heredia. Retrieved from http://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/upch/3626/Efectividad_GutierrezCabello_Cynthia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación (5th ed.). México: McGraw-Hill. Retrieved from https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia de la investigación 5ta Edición.pdf

Los distintos tipos de estrés. (n.d.). Retrieved September 2, 2019, from https://www.apa.org/centrodeapoyo/tipos

Madrid Salud. (2018). Sedentarismo y Salud. Retrieved from http://madridsalud.es/sedentarismo-y-salud/

Mazza, S., Gerbier, E., Gustin, M.-P., Kasikci, Z., Koenig, O., Toppino, T. C., & Magnin, M. (2016). Relearn Faster and Retain Longer. Psychological Science, 27(10), 1321–1330. https://doi.org/10.1177/0956797616659930

Ministerio de Salud Colombia. (2019). Decálogo de Actividad Física.

Osorio, M. (2018). Reconocer, prevenir y afrontar el estrés académico - Universidad de Chile. Retrieved September 2, 2019, from http://www.uchile.cl/portal/presentacion/centro-de-aprendizaje-campus-sur/114600/reconocer-prevenir-y-afrontar-el-estres-academico

Rohrer, D., & Pashler, H. (2010). Recent Research on Human Learning Challenges Conventional Instructional Strategies. Educational Researcher, 39(5), 406–412. https://doi.org/10.3102/0013189X10374770

Sellgren, K. (2012). Drinking water improves exam grades, research suggests - BBC News. Retrieved August 22, 2019, from https://www.bbc.com/news/education-17741653

Ugarte, O., Solís, Z., García, H., & Cárdenas, F. (2010). Documento técnico: Promoviendo universidades saludables. Lima. Retrieved from ftp://ftp2.minsa.gob.pe/descargas/dgps/documentos/promovUniverSaludables.pdf

UNSAW. (2012). Taking a break makes practice perfect. Retrieved from https://newsroom.unsw.edu.au/news/science/taking-break-makes-practice-perfect

002. ANÁLISIS DEL ESTRÉS LABORAL CRÓNICO EN CUIDADORES DEL HOSPITAL ONCOLÓGICO DE SOLCA, AÑO 2018.

Autor:
Psic. Mónica Naranjo Zambrano, CPA
Jefe de Recursos Humanos Electroquil S.A.
Universidad Técnica Particular de Loja
Maestrante Universidad ECOTEC
mnaranjozambrano@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo de investigación fue realizado en el Hospital Oncológico Sociedad de Lucha contra el Cáncer (SOLCA), con la participación voluntaria de 40 participantes, cuyo propósito fue el establecimiento de la prevalencia del estrés laboral crónico en los cuidadores formales, además de establecer la relación del estrés con otras variables moduladoras. La investigación fue realizada bajo el método exploratorio, descriptiva transversal y correlacional. Para ello se utilizaron seis instrumentos de evaluación, que abarcaron desde el aspecto sociodemográfico, el estrés laboral y sus dimensiones, la carga emocional y operativa y su grado de resiliencia, inclusive. Los resultados de la investigación demuestran que aproximadamente el 50% de la muestra, presenta síntomas del síndrome de estrés laboral crónico, que los reflejan o somatizan con dolor de cabeza, problemas estomacales, insomnio y ansiedad, correlacionado estos resultados con los obtenidos en el test de afrontamiento y resiliencia. Aproximadamente el 50% restante cuenta con factores potencializadores e inhibidores del estrés, tales como apoyo social e instrumental y resiliencia, que los protegen y atenúan los efectos del síndrome de estrés laboral crónico.

1. INTRODUCCIÓN

Para inicial el tema es necesario analizar el origen del termino estrés que se encuentran en el vocablo *distres*, que significa en inglés antiguo “pena o aflicción”, su uso frecuente provocó la pérdida de la primera silaba (Osorio & Cárdenas, 2017).

A pesar de que el término estrés, figura en el diccionario desde al menos el siglo XVII, no fue introducido al campo de la salud hasta 1932, por el fisiólogo Cannon, pero su popularización se debió a Hans Selye (Vázquez, 2016), hijo de un cirujano austriaco, quien observó que los enfermos a quienes estudiaba, indistinto de su enfermedad, presentaban síntomas comunes (Montero & Manzano, 2010).

Selye se graduó como médico y realizó un doctorado en química orgánica, donde desarrollo experimentos con ratas de laboratorio, fue entonces cuando comprobó la atrofia de las hormonas suprarrenales (ACTH, adrenalina y noradrenalina), del linfático y la presencia de ulceras gástricas cuando eran sometidas a ejercicio físico extenuante, entonces utilizó el término (estrés) aludiendo a la fuerza que actúa sobre un objeto, produciendo la destrucción del mismo al superar una determinada magnitud. Para Osorio & Cárdenas, el estrés era un síndrome específico constituido por cambios inespecíficos del organismo inducidos por las demandas que se le hacen (2017).

1.1 Antecedentes

Al realizar un recorrido por las ultimas décadas se encuentra que surgen ciertos investigadores interesados en el estrés y sus efectos cognitivos, Osorio (2017) resume que "…las definiciones del estrés giran en torno a la adaptación del ser humano a demandas externas, a la capacidad del organismo para hacerle frente y a un estado del organismo con síntomas físicos, psicológicos, etc.".

Se puede mencionar que el estrés según el modelo de Selye se divide en tres fases: alerta, resistencia y extenuación. A esto Lipp agregó la denominada casi-extenuación, que estaría entre la fase resistencia y la de extenuación (Cirera, Aparecida, Rueda, & Ferraz, 2012).

La fase de alerta se inicia por la exposición del individuo a la situación que le produce tensión, en esta fase el individuo se prepara para una acción de lucha o fuga (Montero & Manzano, 2010). El estrés es causado por el instinto del cuerpo de protegerse a sí mismo. Este instinto es bueno en emergencias. (Montero & Manzano, 2010).

En la segunda fase, que es la de resistencia, los síntomas típicos que se presentan son problemas con la memoria, irritabilidad y sensación de cansancio constante, entre otros.

La fase de casi-extenuación (3era.) ocurre cuando el organismo está debilitado y no consigue adaptarse o resistir a los factores estresantes. En esta fase ocurre un desgaste del organismo, aumento en su vulnerabilidad a las enfermedades que emergen de este quiebre de resistencia.

La fase de extenuación que se produce cuando el estresor es continuo y la persona no cuenta con estrategias para luchar contra el estrés, lo que hace que el organismo agote sus reservas de energía adaptativa y caiga en la extenuación (Cirera, Aparecida, Rueda, & Ferraz, 2012).

Se tomaron en consideración estudios realizados como The role of professional self-efficacy in the etiology of burnout. En W. B. Schaufeli, C. Maslach y T. Marek (Eds.) (Chreniss, 1993), Burnout and its association with resilience in nurses: A cross-sectional study (Guo, y otros, 2018), Nivel de estrés laboral y patrón de conducta en los empleados de la Universidad Nacional de Educación Enrque Guzmán y Valle (Montero & Manzano, 2010), The effects of resilience and turnover intention on nurses' burnout: Findings from a comparative cross-sectional study (Yu-fang, y otros, 2019), Prevalence of Burnout Among Physicians: A Systematic Review (Rotenstein, y otros, 2018), entre otros.

El estrés es tan incomprensible, tal es así que, se encuentran pacientes que manifiestan no estar estresados, pero refieren presentar dolores y malestares físicos, que no son justificables o acordes con patología orgánica alguna, es por esto que una vez descartada la parte orgánica, lo que queda es que la persona o paciente somatiza sus preocupaciones y lo manifiesta con síntomas como cansancio, irritabilidad, dolores musculares, además que dichos síntomas pueden ser justificados por el exceso de adrenalina que fluye en el torrente sanguíneo a causa del estrés.

1.2 Consecuencias del estrés crónico laboral

1.2.1 Consecuencias en los cuidadores.

El estrés relacionado con el trabajo es una variable que contribuye al surgimiento de patologías en los individuos, de manera que el tema ha despertado interés en investigadores y en la sociedad en general, debido al impacto sobre la salud de los empleados y a consecuencia de esto la pérdida de la productividad y los negativos resultados organizacionales (Cirera, Aparecida, Rueda, & Ferraz, 2012).

Los eventos estresantes en el trabajo surgen cuando los requerimientos del puesto de trabajo sobrepasan las capacidades del empleado, sus recursos y las necesidades de este. Eventos como, horas de trabajo forzadas para la entrega de reportes, solicitudes de aumento de productividad en planta, entre otros (Cirera, Aparecida, Rueda, & Ferraz, 2012).

Además de lo indicado en nuestro entorno, la falta de plazas de trabajo provoca que el empleado viva con el temor constante de ser reemplazado, debido a que la oferta laboral sobrepasa exponencialmente la demanda laboral.

El estrés inhibe temporalmente la libido, el proceso digestivo, o incluso, la actividad del sistema inmunitario, provoca el aumento de la presión arterial o se agudizan los sentidos (Vázquez, 2016). Es por esta acción que sentimos que la comida nos ha sentado mal, cuando pasamos por un evento estresante, antes o después de comer. O la falta de interés sexual en la pareja, y es el por qué, cuando las personas se encuentran estresadas se enferman con facilidad.

También se debe mencionar que hay una segunda causal indirecta para el desarrollo de ciertas patologías en el cuerpo humano, y estos son los hábitos, que conforma el estilo de vida que el individuo desarrolla mientras vive. Y en el caso que se estudia, son los malos hábitos como el consumo de tabaco, alcohol, o el consumo de alimentos ricos en grasa y azucares, los que refuerzan, en conjunto con el estrés, la posibilidad del deterioro de la salud.

1.2.2 Consecuencia en el trabajo de los cuidadores.

El estrés laboral puede ser temporal o prolongado, leve o grave. Los efectos sobre los trabajadores dependen, en gran parte de la duración de las causas, su gravedad y la capacidad de recuperación del afectado (Newstrom, 2011).

Hay ciertas profesiones que generan más estrés que otras, entre las que se encuentran los profesionales de apoyo (psicólogos, profesionales de atención médica y trabajadores sociales), así como los que son sometidos a estrés prolongado como controladores aéreos, soldados, atención al cliente, reporteros, camarero y agentes de bolsa. Como resultado del desgaste debido a la exposición continua a situaciones estresantes, los profesionales de apoyo, que es donde se va a enfocar el presente trabajo, pueden presentar síntomas, tales como (Newstrom, 2011) :

- Menor interés en el trabajo.
- Distanciarse de los clientes o de la propia profesión.

- Deterioro de la producción laboral.
- Estallidos de ira sin provocación.
- Fatiga crónica.
- Y finalmente diversos problemas físicos y mentales.

Cuando los empleados sufren este tipo de desgaste, es más probable que se quejen, que atribuyan sus errores a otros, exageren las situaciones a las que se enfrentan, y estén muy irritables. La sensación de fracaso y frustración, el exceso de trabajo y otras situaciones, pueden orillar al empleado a pensar en que la profesión a la que se dedica no es la adecuada para él, por lo que explora la forma de obtener nuevas fuentes de empleo, para alejarse de los problemas y la presión que siente, y al final renunciar a su puesto de trabajo (Newstrom, 2011).

1.3 Importancia del estudio estrés laboral crónico en cuidadores

El estrés laboral es una patología que está afectando a miles de personas en todo el mundo, que repercute negativamente en la salud de los empleados, en forma psicológica y física. Sus consecuencias podrían llegar a ser lamentables, incluso puede conducir al profesional al suicidio.

Podemos mencionar a Piere Wathier, director financiero de Zurich Seguros, la quinta aseguradora más importante de Europa, quien se quitó la vida en agosto del 2013, siendo su causa el estrés laboral. Como él, existe muchos más, cuyos trabajos los llevaron a situaciones extremas orillándolos al suicidio.

En el Ecuador por ley constitucional, los servicios de salud son gratuitos, es decir todas las personas en especial las de escasos recursos tienen derecho a la salud, por lo que es usual encontrar las salas de emergencia, las de espera, los pasillos, en resumen, todas las instalaciones de las unidades médicas, hospitales y dependencias de salud, abarrotadas con pacientes que sufren algún tipo de dolencia.

Los profesionales de la salud, siendo estos, médicos, licenciados en enfermería, auxiliares, diariamente deben brindar atención médica a todos estos pacientes, la atención incluye el registro de signos vitales, atención medica con el médico general, la disposición de medicamentos para lograr la recuperación del paciente, exámenes adicionales, etc.

Es decir que el profesional debe convivir día tras día con los pacientes y sus diversas patologías, estos en algún momento llegaran a sentirse frustrados, desalentados y sus reacciones hacia los pacientes ya no serán de consuelo sino de cansancio.

1.4 Prevalencia del estrés laboral crónico en los cuidadores

La respuesta al estrés laboral crónico se la conoce como burnout o síndrome de estar quemado, y según Gil-Monte & Manzano-Garcia (2015), está integrado por actitudes y sentimientos negativos, hacia las personas con las que se trabaja y hacia el propio rol profesional.

Su prevalencia en el mundo es tan severa que se cree que uno de cada cinco trabajadores en el mundo lo padecen. En la mayoría de las profesiones la presencia del estrés crónico es alta y continúa avanzando (García & Gil-Lacruz, 2016).

Los médicos, por su profesión, creen que son inmunes a los efectos del estrés crónico, pero eso solo es una percepción sesgada de la realidad. Los profesionales de salud que más están expuestos al síndrome de estrés crónico son los trabajadores de centros de salud pública, los oncólogos, neumólogos y médicos encargados de la salud ocupacional. Se ha determinado que a mayor especialización menor es la frecuencia del estrés en estos profesionales. Estos profesionales son extrovertidos, adaptables, prácticos y hasta desarrollan relaciones de cariño con sus compañeros, familiares y amigos, seguramente debido a que tienen mejores condiciones laborales que los protegen del estrés sufrido en otros puestos laborales (García & Gil-Lacruz, 2016).

1.5 Variables asociadas del estrés laboral en cuidadores

Para poder realizar el presente estudio es necesario contar con variables que orienten y faciliten la evaluación de los resultados obtenidos, estudio que va orientado a determinar el nivel de estrés laboral que actualmente sufren los cuidadores, o responsables de la salud en el Hospital Oncológico SOLCA.

El estudio se realizará en su ambiente natural, puesto que las entrevistas, encuestas y aplicación de cuestionarios se lo efectuará directamente en el lugar de trabajo de los profesionales de la salud, por lo que no se manipularan de forma deliberada las variables. Adicionalmente, es transversal por lo que las variables serán estudiadas en un momento dado en el tiempo.

Lo que este estudio propone es identificar las diferentes variables sociodemográficas, laborales y las relacionadas con su tiempo fuera del trabajo, para identificar los factores que puedan ser los detonantes del estrés laboral de los profesionales de salud que laboran en el Hospital Oncológico SOLCA, y si estos cuentan con una adecuada red social de apoyo, y finalmente conocer como manejan sus periodos de estrés y las situaciones difíciles con las que se enfrentan.

2. METODOLOGÍA

La profesión que se dedica a los cuidados médicos y de salud de pacientes es una de las más nobles que existen, teniendo que convivir a diario con situaciones muy difíciles e intolerantes para otras personas. Estos profesionales deben convivir con situaciones de alto estrés, debido al trato directo con el paciente y sus familiares, ellos deben ser capaces de manejar sus propias emociones frente a la muerte, al dolor y sufrimiento ajeno, convirtiéndose estos, en parte de su diario vivir.

Además de lo difícil que es tratar con personas y compañeros de trabajo estresados, en ocasiones debido a la labor administrativa de la profesión, que también deben ejecutar. Es por lo mencionado que el presente estudio tiene como objetivo principal Identificar la prevalencia del síndrome de Burnout en sus tres dimensiones (agotamiento emocional,

despersonalización, baja realización) en cuidadores del Hospital oncológico SOLCA, ubicado en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas.

Para alcanzar el objetivo principal es necesario evidenciar ciertas características de la muestra:

- Identificar las características sociodemográficas y laborales de 40 cuidadores que laboren en el Hospital oncológico SOLCA.
- Determinar las dimensiones de estrés laboral crónico dentro de la muestra de 40 cuidadores investigada.
- Identificar el bienestar general de la muestra seleccionada.
- Identificar el apoyo social que recibe por parte de su círculo social los 40 Participantes de la muestra.
- Identificar la satisfacción vital y la resiliencia de los 40 participantes del estudio.

2.1. Contexto

SOLCA es una Institución de derecho privado con finalidad social y sin fines de lucro, que fue fundada el 7 de diciembre del año 1951, y a la fecha, junto con el Instituto Oncológico Nacional Dr. Juan Tanca Marengo constituye uno de los principales centros de prevención, diagnóstico, tratamiento y paliación de cáncer en la República del Ecuador (Sociedad de Lucha contra el Cáncer, s.f.).

Cuenta con profesionales altamente calificados y multidisciplinario, y ofrece servicios como laboratorio, centro de diagnóstico preventivo, consulta externa, radioterapia, quimioterapia, servicio de hospitalización, intervenciones quirúrgicas.

2.2. Diseño de la investigación

La investigación realizada fue **exploratoria**, debido a que no ha sido estudiado antes, por lo que se aspira que esta investigación abra nuevos caminos a ser estudiados en el área de estrés laboral (Hernández , Collado, & Baptista, 2014).

El diseño del trabajo de investigación presenta las siguientes características:

- Es **transversal,** debido a que el estudio fue realizado en un lugar y tiempo determinado.
- Es **no experimental**, puesto que el fenómeno será estudiado en su ambiente natural.
- **Cuantitativa**, la información obtenida será analizada en forma numérica.
- **Descriptiva,** la información personal ayudó al objetivo de la investigación.
- **Correlacional,** puesto que se busca establecer la relación existente entre las variables.

2.3. Población y muestra

La población que participa en este estudio labora en el área de hospitalización del Hospital Oncológico SOLCA, está conformada por 140 médicos especialistas, 90 plazas para médicos residentes en formación, 150 licenciadas en enfermería y 140 auxiliares de enfermería, dando

un total de 520 profesionales de la salud, que se especializan en el diagnóstico y tratamiento contra el cáncer.

Se seleccionará una muestra no probabilística y accidental de 40 profesionales de la salud. Durante la investigación se cumplieron con todas las normas éticas, respetando el acuerdo de Helsinki, no representó ningún riesgo para los participantes, y se garantizó la absoluta confidencialidad de los datos proporcionados por los participantes.

2.4. Participantes

La muestra está compuesta por 8 hombres y 32 mujeres, la edad promedio de los participantes es de 36.7, siendo la edad mínima de 23 y máxima de 61 años. La edad del participante va en concordancia con sus años de experiencia en el área de la salud, que es 10.29 años en promedio, siendo el de menor experiencia de 2 años y el máximo de 40 años.

Para formar parte de la muestra deben estar laborando en la institución por un 1 año o más, y firmar el consentimiento informado de aceptación de participación.

2.5. Métodos y técnicas de la investigación

Método Descriptivo: se evaluarán ciertas características de la muestra, como el estado civil, tipo de contrato laboral, hijos, entre otros datos que permitan analizar de forma cualitativa los datos.

Método Analítico - sistémico, el analítico nos permite estudiar la muestra y sus resultados por separado, buscando de esta forma encontrar los motivos que ocasionan que el personal de prestación de salud sufra de estrés crónico, y cuáles son los factores que evitan o alivian el estrés. Y el Sistémico toma todas estas partes separadas de hechos y los ve en forma global encontrando canales que puedan ayudar a encontrar un método adecuado para evitar o aliviar el estrés crónico que sufren los prestados de salud.

Método Inductivo deductivo, el razonamiento deductivo nos ayuda a investigar nuestra muestra partiendo desde la más general hacia lo específico. El razonamiento inductivo trabaja de modo opuesto, es decir se analizará desde lo más específico hacia lo general.

Método Estadístico: Con este método se manejará los datos cuantitativos y cualitativos obtenidos durante la investigación.

2.6. Procedimiento

Se programaron entrevistas con la Directora de Talento Humano, donde se concretó la fecha y hora para realizar los test. La convocatoria al personal fue muy específica indicando los parámetros de inclusión.

2.7. Recursos

La directora del Talento Humano de S.O.L.C.A. y el personal participante que en forma voluntaria brindo su tiempo y paciencia para completar los test.

2.8. Instrumentos

Los instrumentos que fueron utilizados para la realización de la presente investigación son:

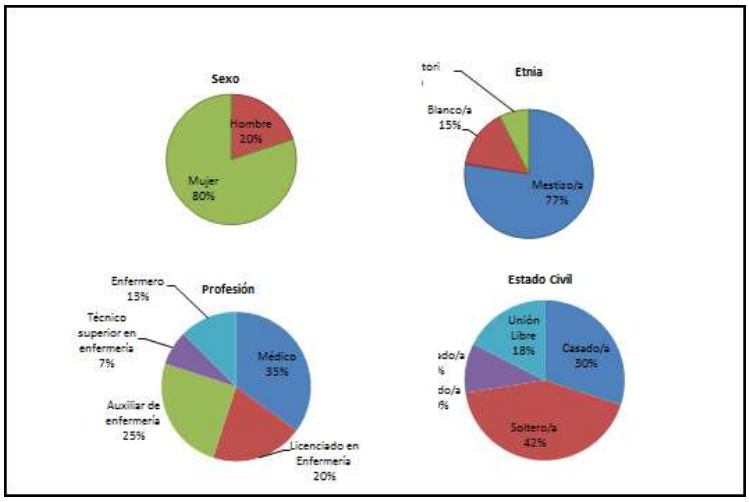
a) Cuestionario sociodemográfico y laboral Ad-hoc:
b) Inventario del estrés laboral crónico de Maslach (Maslach burnout Inventory); Maslach y Jackson.
c) Entrevista de carga para cuidadores formales (Revuelta y Andújar.
d) Escala de Satisfacción vital (ESV) (Diener, Emmons, Larsen y Griffin.
e) Cuestionario de salud general (General Health Questionnaire (GHQ-28) Goldberg y Hillier.
f) Cuestionario de apoyo social MOS (MOS Social Support Survey; Sherbourne y Steward).
g) Brief Resilence Scale (BRS).

3. ANALISIS DE DATOS

Datos demográficos

El perfil sociodemográfico muestra que el 80% de la muestra está conformada por mujeres. En cuanto a las profesiones de la muestra, el 35% está formado por profesionales médicos y el 65% restante son profesionales en enfermería. El 43% de la muestra es de estado civil soltero, seguido del estado civil casado con un 30%. La edad promedio de los profesionales es de 36 años, siendo el mayor de 61 años y el menor de 23.

Figura 1. Datos demográficos



Fuente: Cuestionario sociodemográfico y Laboral Ad-Hoc
Elaborado por: Autora

3.1. Dimensiones del estrés laboral crónico o burnout

Tabla 1. Dimensiones del estrés laboral crónico o burnout

		Cuidadores	
Dimensiones del burnout	**Niveles**	**N**	**%**
Agotamiento emocional	Alto	11	27,5%
	Mediano	10	25,0%
	Bajo	19	47,5%
Despersonalización	Alto	12	30,0%
	Mediano	9	22,5%
	Bajo	19	47,5%
Realización personal	Alto	12	30,0%
	Mediano	20	50,0%
	Bajo	8	20,0%

Fuente: Cuestionario realizado a los trabajadores de SOLCA.
Elaborado por: Autora

Análisis de datos

Los resultados de la prueba de Burnout indican que:

- En el ámbito de agotamiento emocional, se observa que el 47.5% de la muestra presenta bajos niveles de agotamiento, pero al observar más detenidamente, el 25% y el 27.5% de la muestra presenta niveles medio y alto de agotamiento, respectivamente, es decir el 52.5% de la muestra presenta signos de niveles medio y alto de agotamiento emocional.
- En cuanto a la despersonalización en el trabajo se observa que el comportamiento es similar al agotamiento emocional, aunque el 47.5% de la muestra presenta un bajo nivel de despersonalización, el 53.5% ya está presentando algún síntoma de despersonalización.
- En la dimensión de realización personal, se observa que el 30% considera que se ha realizado profesionalmente, el 50% considera que su desarrollo profesional es el adecuado y solo el 20% considera que no ha logrado obtener un desarrollo satisfactorio en su carrera.

3.2. Casos de Burnout

Tabla 2. Casos de Burnout

Burnout	N	%
Nivel alto	16	40%
Nivel medio	20	50%
Nivel bajo	4	10%

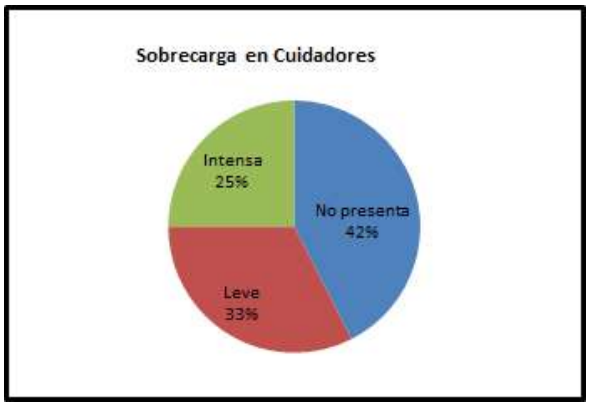
Fuente: Cuestionario realizado a los trabajadores de SOLCA.
Elaborado por: Autora

Análisis de datos

En el grafico que antecede queda evidenciado que la muestra ya presenta síntomas de Burnout, debido a que solo el 10% de la muestra presenta bajos indicios de estrés, el resto, es decir, el 40% y 50% ya presenta síntomas del síndrome de burnout.

3.3. Carga laboral para cuidadores

Figura 2. Entrevista de carga a cuidadores formales



Fuente: Cuestionario realizado a los trabajadores de SOLCA
Elaborado por: Autora

Análisis de datos

Se observa en el cuadro y grafico referente a la sobrecarga de trabajo, que sufren los participantes en sus actividades diarias, que el 42.5% manifiesta que NO presenta sobrecarga laborar, pero la mayor parte de la muestra manifiesta que su sobrecarga es leve o intensa, estos 2 ítems alcanzan el 57.5% de la muestra.

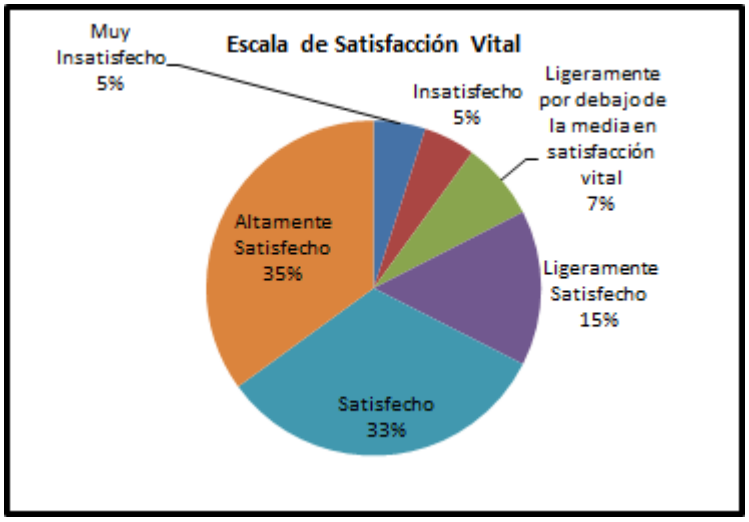
3.4. Satisfacción Vital

Tabla 3. Escala de satisfacción vital (ESV)

		Cuidadores	
Puntos de Corte	**RANGOS**	**N**	**%**
5 a 9	Muy Insatisfecho	2	5%
10 a 14	Insatisfecho	2	5%
15 a 19	Ligeramente por debajo de la media en satisfacción vital	3	8%
20 a 24	Ligeramente Satisfecho	6	15%
25 a 29	Satisfecho	13	33%
30 a 35	Altamente Satisfecho	14	35%

Fuente: Cuestionario realizado a los trabajadores de SOLCA
Elaborado por: Autora

Figura 3 Escala de satisfacción vital (ESV)



Fuente: Cuestionario realizado a los trabajadores de SOLCA
Elaborado por: Autora

Análisis de datos

Los participantes manifiestan que están altamente satisfechos y satisfechos en general con su percepción de la vida, lo que significa que un 68% de los encuestados siente que sus condiciones de vida cumplen con sus expectativas planeadas o esperadas.

3.5. Salud general en cuidadores

Tabla 4. Cuestionario de Salud General

		Cuidadores	
		N	%
Sintomas somáticos	Caso	22	55%
	No caso	18	45%
Ansiedad	Caso	20	50%
	No caso	20	50%
Disfunción social	Caso	1	3%
	No caso	39	98%
Depresión	Caso	4	10%
	No caso	36	90%

Fuente: Cuestionario realizado a los trabajadores de SOLCA
Elaborado por: Autora

Análisis de datos

Los participantes manifiestan por medio de este cuestionario que no presentan signos o síntomas de depresión ni de disfunción social, distinto es el caso si revisamos los síntomas somáticos y de ansiedad.

El 50% de los participantes presenta algún signo de ansiedad y el 55% manifiesta síntomas somáticos, es decir malestar corporal, dolores de cabeza, cansancio, u otros síntomas con los que el organismo manifiesta su exposición prolongada al estrés laboral.

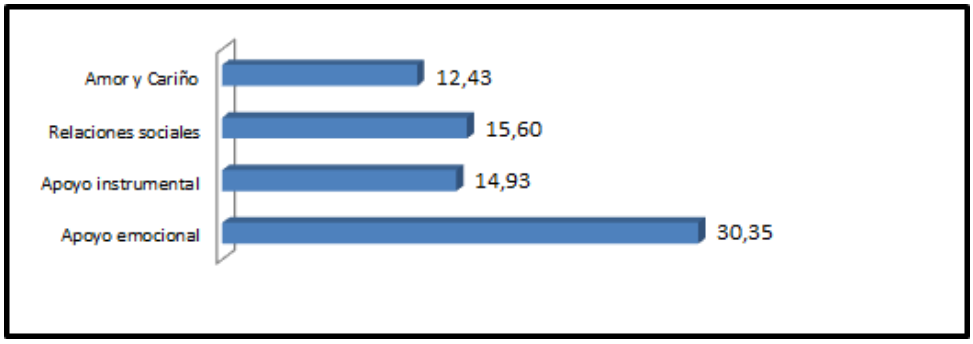
3.6. Apoyo social en cuidadores

Tabla 5. Apoyo a cuidadores

	Cuidadores			
	M	**DT**	**Min**	**Max**
Apoyo emocional	30,35	9,06	8	40
Apoyo instrumental	14,93	4,38	4	20
Relaciones sociales	15,60	4,31	4	20
Amor y Cariño	12,43	3,15	3	15

Fuente: Cuestionario realizado a los trabajadores de SOLCA
Elaborado por: Autora

Figura 4. Apoyo a cuidadores



Fuente: Cuestionario de Apoyo Social MOS (Social Support Survey; Sherbourne y Steward)
Elaborado por: Autora

Análisis de datos

De los datos obtenidos de la aplicación del presente instrumento se establece que el personal participante cuenta con apoyo emocional, puesto que la media obtenida es de 30.35 que equivale al 76% de la muestra. Así mismo, el grupo participante cuenta con un adecuado apoyo instrumental, que le proporciona la ayuda que necesita, así como relaciones de amistad y afecto, tan necesarios para disminuir el estrés al que son sometidos.

3.7. Resiliencia en cuidadores

Figura 5. Resiliencia

Fuente: Brief Resilence Scale (BRS)
Elaborado por: Autora

Análisis de datos

Mediante este cuestionario los encuestados revelan que el 60% de ellos, su resiliencia se encuentra entre los rangos normales, siendo solo un 10% de los participantes que demuestran una alta capacidad de resiliencia, y solo un 30% no cuenta con las herramientas necesarias para afrontar y resolver los problemas de una manera positiva.

4. DISCUSIÓN

4.1. Discusión de resultados

Se inicia la presente discusión revisando los resultados de la aplicación del Cuestionario Sociodemográfico y laboral Ad-hoc, con el que se cumple el primer objetivo del trabajo, que es, identificar las características sociodemográficas y laborales de la muestra evaluada.

En un estudio realizado el 2007 (Grau, Flichtentrei, Suñer, Prats, & Braga, 2009) en el que participaron profesionales sanitarios de Latinoamérica, 51% eran hombres y 49% mujeres, la muestra del presente estudio ha dado un cambio significativo, pues está conformada mayoritariamente por mujeres.

Esto va acorde al estudio realizado el 2012 (Pastor Gosálbez, 2012) en donde establece que en los últimos años la profesión médica ha experimentado un importante proceso de feminización, en las Universidades Catalanas el 74% de los estudiantes de Ciencias de la Salud, entre 2008-2009, eran mujeres. El incremento de profesionales femeninas en la rama de la salud es una realidad constatada. Según Arrizabalaga y Valls-Llobet (Arrizabalaga & Valls-Llobet, 2005), el 75% de los médicos que se incorporan al área de salud son mujeres, por lo que la edad de las mujeres médicas es inferior a la de los varones, entre 42 años frente a 50.

Al revisar los resultados del cuestionario aplicado, Inventario del Estrés laboral crónico de Maslach, para dar cumplimiento con nuestro segundo objetivo, esta prueba demuestra que

tan afectados o no se encuentra el personal participante por los síntomas del síndrome de Burnout, se procede a analizar los resultados considerando las diferentes dimensiones:

a) Agotamiento Emocional

Esta sub escala muestra un 47,5% de niveles bajos de agotamiento, pero también encontramos en la muestra un 52.5% de niveles medio y alto, lo cual podría ser interpretado como un signo de alerta. En el estudio realizado 2007 (Grau, Flichtentrei, Suñer, Prats, & Braga, 2009), en el área de Agotamiento Emocional la muestra a nivel Hispanoamericano y Español dio como resultado una media de 24,5 y una desviación típica de 12,7, en el estudio se consideró la ubicaron de la media entre el 17 y 31, además al observar los resultados específicos de Ecuador en este estudio, tiene una media de 18,1, con una desviación típica de 11,6, el test en esta dimensión tiene una puntuación máxima de 54 puntos, una media de 18,1, se podría considerar una media baja.

En la muestra obtenida del Hospital Oncológico SOLCA se observa un cambio con relación al estudio del 2009, lo que evidencia que el síndrome de Burnout en la dimensión de Agotamiento Emocional va en aumento, lo que podría encender una alerta temprana.

b) Despersonalización

Esta dimensión va acorde con los resultados de la dimensión de Agotamiento Emocional, en el estudio actual la muestra indica un 47,5% de bajo Agotamiento Emocional, al observar la suma entre la media y alta da un resultado de 53,5%, en el estudio del 2007 (Grau, Flichtentrei, Suñer, Prats, & Braga, 2009) nos indican que la media fue de 7,6, con una desviación típica de 6,2, ubicándola en el tercil inferior, en los resultados de Ecuador la media es de 6,00 con una desviación típica 5,2, por lo que el estudio obtiene en esta dimensión un resultado bajo. Los resultados de la muestra obtenida del Hospital Oncológico muestran ligero aumento de esta dimensión.

c) Realización Personal

En esta dimensión el personal que labora en SOLCA, el 30% considera haberse realizado profesionalmente y el 50% considera tener una realización adecuada, solo un 20% considera no haberse realizado profesionalmente, En el estudio realizado el 2007 (Grau, Flichtentrei, Suñer, Prats, & Braga, 2009) obtuvo una media de 37,7, con una desviación típica de 7,9, específicamente en el Ecuador el estudio de Grau y Compañía, establecen una media de 41,5 con una desviación típica de 6,3. En esta dimensión concuerdan los estudios, pues consideran los profesionales de la salud que se han logrado realizar profesionalmente.

En el análisis global de las 3 dimensiones evaluadas en la muestra obtenida del Hospital Oncológico SOLCA, el 50% de la muestra presente un nivel medio de estrés laboral, en el estudio realizado el 2007 (Grau, Flichtentrei, Suñer, Prats, & Braga, 2009) la prevalencia del síndrome fue de 11,4% del total de la muestra, encontrando que la presencia del síndrome fue mayor en las mujeres (12,9%) y en las personas solteras

(14,6%). En la muestra de SOLCA el 85% del personal que se situó en nivel medio del síndrome son mujeres, las mujeres también se situaron con 68,75% en el nivel alto del síndrome. Hay que tomar en consideración que la muestra está compuesta mayormente por mujeres, pero al estudiar solo el grupo de mujeres 32 en total, como ya está demostrado la mayoría muestra signos del síndrome. Al estudiar el grupo de varones, en total 8, prevalecen los niveles altos de burnout, pues 5 de los 8 participantes están en niveles altos.

De la muestra obtenida, el 46,87% de las mujeres son solteras, 12,5% divorciadas, el 40,62% son casadas o en unión de hecho, por lo que en la muestra de SOLCA, concuerda en que las mujeres solteras presentan con mayor frecuencia signos del síndrome.

En la muestra en estudio el 25% ha percibido una sobrecarga de trabajo, el 32,50 una sobrecarga leve y el mayor porcentaje representa el ítem que no presenta sobrecarga, con un 42,50%, estos resultados concuerdan con otros estudios realizados (Hernández Zamora & Ehrenzweig Sanchez, 2008), en donde relacionan el nivel de sobrecarga percibido con la aparición de los signos del síndrome de burnout, tal es así que según los resultados de la aplicación de la Escala de Zarit a 56 trabajadores de un asilo público en México, dio como resultado que un alto porcentaje de la muestra no percibió sobrecarga con relación a su trabajo, en el estudio de Hernández Zamora ratifican la relación del síndrome de Burnout con el sexo femenino.

En otro estudio, sobre cuidadores de personas con Alzheimer (Cerquera Córdoba & Galvis Aparicio, 2014), establece la diferencia entre los problemas que presenta el cuidador formal y el informal, reconociendo que el formal está sometido a diferentes tipos de estresores que el informal, el hecho de que su rol de cuidar es su ocupación, elegida libre y voluntariamente, por la que percibe un salario y cumple un horario, hace que la labor difiera en forma considerable a los cuidadores informales. Los estresores de los cuidadores formales son más del entorno laboral donde se desempeña, que es lo que puede afectar al trato con el paciente. Así mismo el estudio relaciona los estresores con las labores asignadas en el trabajo, indicando que dependiendo de las demandas del paciente aumentan los estresores, como lo demuestra el estudio realizado por Ruiz-Calzado & Lorent (2018).

Para el cumplimiento del tercer objetivo se aplica el cuestionario de satisfacción vital, que por sus resultados obtenidos se puede establecer que de los cuidadores formales que conforma la muestra, el 35% se considera altamente satisfecho con su vida, otro 35% se considera satisfecho con su vida. Este hecho puede tener relación con que son personas que eligieron ser cuidadores formales a diferencia de los informales que usualmente son parientes del enfermo, quienes se dedican al ciento por ciento al cuidado de los pacientes.

En el estudio de López, López-Arrieta y Crespo (López, López Arrieta, & Crespo, 2005) se encontró una asociación inversa entre la satisfacción del cuidador y sus niveles de depresión, ansiedad e ira. Incluso estos autores pudieron identificar otras variables predictores de la satisfacción del cuidador, una de ellas fue el haber tenido una buena relación con el paciente y haber elegido el rol de cuidador, como es el caso del estudio actual.
Con relación a la satisfacción laboral, esta se correlaciona con el tipo de organización, es decir, el trabajo en equipo y el tipo de relaciones interpersonales que se mantiene en el centro de salud, así mismo a mayor satisfacción menor conflictividad y menos ansiedad y estrés,

por lo que, los bajos niveles de estrés y altos de satisfacción laboral se asocian con la salud mental y física de los médicos y profesionales de la salud (Gómez Esteban, 2004).

El alto nivel de satisfacción en el equipo de SOLCA puede estar relacionado con el adecuado manejo del personal por parte del área de Recursos Humanos, además del hecho que laboran para una prestigiosa institución, pues es uno de los hospitales más renombrados dentro del país.

Como se ha demostrado en el análisis de los datos, los encuestados manifiestan algún signo de ansiedad y síntomas somáticos, se podría sugerir verificar, a través de la gestión de Recursos Humanos, las relaciones interpersonales para descartar que los casos en mención sean originados por malos entendidos y situaciones laborales difíciles, puesto que se ha relacionado el mal trabajo en equipo y las dinámicas laborales disfuncionales con el riesgo para la salud de los profesionales sanitarios (Gómez Esteban, 2004).

Además, las personas afectadas por el síndrome de burnout tienen un elevado riesgo de presentar molestias y trastornos psicosomáticos, que son los que se desarrollan en primer lugar, entre estos síntomas destacan: las cefaleas, jaquecas, dolores musculares, molestias gastrointestinales, úlceras, problemas diarreicos, disminución del peso, insomnio, hipertensión arterial, pinchazos, sensaciones de ahogo, palpitaciones y alteraciones menstruales (Ullco Yanchapanta, 2018).

Otro objetivo del estudio es identificar el apoyo social que reciben por parte de su círculo social los participantes del estudio, esto es importante puesto que, en países desarrollados en los que existe una alta prevalencia del síndrome de burnout se han desarrollado estrategia dirigidas por psicólogos clínicos en los que se involucra el apoyo entre los compañeros de trabajo, como estrategias grupales, que forma parte de ajuste organizacionales dirigidos a disminuir los efectos del síndrome (Rotenstein, y otros, 2018). Esto debido a que, se considera que las personas que cuentan con algún tipo de apoyo cuentan con factores potenciadores e inhibidores del estrés. Y de acuerdo con ello el individuo puede tener un cambio de actitudes, ya sea en metas laborales, sobre la responsabilidad personal sobre los resultados, idealismo/realismo, según estos cambios las fuentes de estrés podrá disminuir o aumentar, si las fuentes de estrés aumentan puede dar lugar a la aparición del síndrome de Burnout (Guo, y otros, 2018).

El apoyo social permite a los profesionales de la salud disponer de una red de recursos personales y organizativos, que los ayuda a afrontar situaciones estresantes, ya que incrementa el nivel de bienestar personal y, como consecuencia la resistencia a las situaciones estresantes.
Por lo expuesto, los resultados obtenidos de la muestra del Hospital Oncológico SOLCA son positivos, pues demuestran que el grupo de profesionales participantes cuenta con un adecuado apoyo emocional e instrumental que lo ayuda a crear barreras de protección contra el síndrome de burnout.

El objetivo final del estudio es identificar la resiliencia de los cuidadores, que constituye un recurso individual de afrontamiento que se desarrolla con trabajo personal y ayuda a proporcionar un enfoque más adecuado a las situaciones, en especial las difíciles, y ayuda en la búsqueda de soluciones, ya que es la capacidad para recuperarse frente a la adversidad y

seguir hacia adelante, sacando lo mejor de las situaciones difíciles y fortaleciéndose a través de ellas (García & Gil-Lacruz, 2016).

Resiliencia es un término poco conocido, pero con mucho significado, desarrollar o poseer esta cualidad es un recurso valioso para enfrentar las diferentes situaciones estresantes, y por eso es un objetivo a evaluar en el presente estudio, los resultados obtenidos están dentro de lo esperado, el 60% de los participantes se encuentra en el rango normal de resiliencia, lo que les ayuda a realizar de una forma adecuada el duro trabajo al que se enfrentan día a día como profesionales de la Salud.

5. CONCLUSIONES

A través de la investigación realizada se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- En cuanto a las características sociodemográficas y laborales de los 40 cuidadores formales que participaron en el estudio queda establecido que, de los concurrentes, la mayoría son de sexo femenino, que se auto califican como de raza mestiza. Además, una parte significativa de los participantes, al momento de la toma de las baterías, manifestaron que su estado civil era en unión libre o casados, según el caso, se considera relevante esta información debido a que, los resultados demuestran que un número similar de encuestados cuenta con apoyo emocional, condición que se considera como factor mitigante en el desarrollo del síndrome de burnout, por lo que se concluye que existe relación entre ambas variables.

- El segundo objetivo de esta investigación fue determinar las dimensiones de estrés laboral crónico dentro del grupo, para lo cual se aplicó el Inventario de estrés laboral crónico, se concluye que, a pesar de que un elevado porcentaje de la muestra presenta bajos niveles en las dimensiones de agotamiento emocional y despersonalización, siendo solo la dimensión de realización personal la que obtuvo niveles medio, se evidencia una creciente elevación en los niveles medio y alto de síndrome de burnout dentro del personal, lo que se puede considerar como un signo de alerta temprana dentro de la organización.

- Para determinar el bienestar de los concurrentes, en relación con la sobrecarga de trabajo, se logró establecer que el personal participante, en su mayoría, no considera que su labor excede a sus funciones, lo cual es positivo para la organización. Por lo que, en general los integrantes de la encuesta se encuentran muy satisfechos con su vida, lo cual demuestra que a pesar del estrés al que son sometidos poseen factores que los ayudan a sentirse satisfechos con su existencia y el entorno.

  A pesar de estas conclusiones, al evaluar al grupo mediante el Cuestionario de Salud General se obtuvo como resultado que al menos el cincuenta por ciento de ellos presenta síntomas somáticos y ansiedad, que concuerdan con los resultados del test para evaluar las dimensiones del estrés crónico. Es decir, muchos no reconocen, de forma consiente, que están sufriendo o experimentando estrés crónico.

- Es importante reconocer el papel que desempeña dentro del grupo, el apoyo social de su entorno, lo cual se reflejó en los resultados del test de apoyo social, el apoyo emocional es clave como factor atenuante en el desarrollo del síndrome. El apoyo emocional incluye contar con pareja, amigos y familia que brinden al individuo la seguridad que requiere para afrontar de manera positiva las dificultades.
- Se puede establecer por los resultados de los test que existe relación entre los niveles de resiliencia, apoyo instrumental y apoyo emocional, como factores protectores contra el síndrome de burnout. Ya que los porcentajes son consistentes, demostrando que el personal que cuenta con estos factores atenuantes disminuye los efectos del síndrome. En cambio, aquellos que no poseen estos factores somatizan los problemas manifestando síntomas tales como dolor de cabeza, muscular, irritabilidad, molestias estomacales, entre otros, así como síntomas de ansiedad, que corresponden al otro 50% de los participantes en el presente trabajo de investigación.

6. RECOMENDACIONES

Para concluir con el presente estudio, procedemos a detallar las recomendaciones sugeridas:

- Establecer un programa de identificación temprana del desarrollo del síndrome, iniciando con el personal participante, como apoyo para lograr superar el síndrome, organizando sesiones grupales para exponer abiertamente sus temores e inquietudes para encontrar métodos productivos de afrontamiento.

- Programa de comunicación mediante el uso de mensajes electrónicos, trípticos para lograr concientizar al personal sobre el tema, enfocando el programa inicial en los siguientes temas:
    a) sensibilización: “A todos nos ha pasado”
    b) reconocimiento de los síntomas, auto evaluación: “Te duele la cabeza con frecuencia, tienes problemas estomacales, te sientes triste”.
    c) eliminación de prejuicios: Debilidad no es reconocer que se necesita ayuda, debilidad es saber que se necesita ayuda y no buscarla.

- Sensibilizar al personal de SOLCA, para que reconozca la importancia de la salud física y mental para el desempeño de sus funciones.

- Organizar encuestas especiales de clima organizacional, una vez al año enfocadas en la relación entre compañeros, y tomar acciones de acuerdo a los resultados, para eliminar o disminuir el factor organizacional en el desarrollo del síndrome de burnout.

- Focus group para conocer la opinión del personal con relación a la carga de papeleo dentro de la organización para establecer que este no sea un factor desencadenante en el síndrome, escuchar las opiniones del personal, como aporte para mejorar los tramites dentro de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

Amigo, I. (2016). *Manual de psicología de la salud.* Madrid: Ediciones Pirámide.

Arrizabalaga, P., & Valls-Llobet, C. (2005). Mujeres médicas: de la incorporación a la discriminación. *Medicina Clinica, Barcelona*, 125(3): 103-7.

Barradas, M. E., Delgadillo, R., Gutiérrez, L., Posadas, M. H., García, J. N., López, J., & Rodríguez, E. D. (2018). *Estrés y burnout: Enfermedades en la vida actual.* Bloomington: Editorial Palibrio.

Bilbao, M., Martínez-Zelaya, G., Pavez, J., & Morales, K. (2018). Burnout en trabajadores de ONGs que ejecutan política social en Chile. *Psicoperspectivas, 17*(3). Obtenido de https://search.proquest.com/docview/2162428490/847DB819C3C54744PQ/29?accountid=130858

Carreño-Moreno, S., Carrillo, G. M., Chaparro-Díaz, L., Sánchez-Herrera, B., & Vargas-Rosero, E. (2016). Caracterización del talento humano en salud que atiende a personas con enfermedad crónica: construcción de una encuesta. *Duazary*, 15-22.

Cerquera Córdoba, A., & Galvis Aparicio, M. (2014). Efectos de cuidar personas con Alzheimer: un estudio sobre cuidadores formales e informales. *Pensamiento Psicológico*, 149-167.

Chreniss, C. (1993). The role of professional self-efficacy in the etiology of burnout. En W. B. Schaufeli, C. Maslach y T. Marek (Eds.). *Professional burnout: Recent development in theory and research*, 135-149.

Cirera, Y., Aparecida, E., Rueda, V., & Ferraz, O. (2012). Impacto de los estresores laborales en los profesionales y en las organizaciones. Análisis de investigaciones publicadas. *INVENIO (en línea), 15*(29), 67-80. Recuperado el 17 de mayo de 2018, de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87724146007

Coello, C. (2016). *Ecuador no tiene políticas de prevención contra el burnout*. Recuperado el 21 de mayo de 2018, de Redacción Médica: https://www.redaccionmedica.ec/secciones/salud-publica/ecuador-no-tiene-pol-tica-de-prevenci-n-contra-el-burnout-87258

El-Sahili, L. F. (2015). *Burnout: Consecuencias y soluciones.* México: Editorial El Manual Moderno.

Fernández-Ballesteros, R. (2014). *Evaluación psicológica: Conceptos, métodos y estudio de casos.* Madrid: Ediciones Pirámide.

García, M. D., & Gil-Lacruz, M. (2016). El estrés en el ámbito de los profesionales de la salud. *Persona*, 11-30.

Gil-Monte, P. R., & Manzano-Garcia, G. (2015). Psychometric properties of the Spanish Burnout Inventory among staff nurses. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing, 22*(10), 756-763. Obtenido de https://search.proquest.com/docview/1736166966/F74BDB6B8CDD4F50PQ/15?accountid=130858

Gómez Esteban, R. (2004). El estrés laboral del médico: Burnout y trabajo en equipo. *Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 41-56.

Grau, A., Flichtentrei, D., Suñer, R., Prats, M., & Braga, F. (2009). Influencia de factores personales, profesionales y transnacionales en el síndrome de burnout en personal sanitario hispanoamericano y español 2007. *Rev. Esp. Salud Pública*, 215-230.

Guo, Y.-f., Luo, Y.-h., Lam, L., Cross, W., Plummer, V., & Zhang, J. (2018). Burnout and its association with resilience in nurses: A cross-sectional study. *Journal of Clinical Nursing, 27*(1-2), 441-449. Obtenido de https://search.proquest.com/docview/1980881579/8AA4E9578BD24FECPQ/22?accountid=130858

Hernández , R., Collado, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.

Hernández Zamora, Z., & Ehrenzweig Sanchez, Y. (2008). Percepción de sobrecarga y nivel de burout en cuidadores formales del adulto mayor institucionalizado. *Enseñanza e investigación en psicologia*, 1:127-142.

Jácome, S. J., Villaquirán-Hurtado, A., García, C. P., & Duque, I. L. (2019). Prevalencia del síndrome de Burnout en residentes de especialidades médicas. *Revista Cuidarte, 10*(1). Obtenido de https://search.proquest.com/docview/2162700545/975FE0FEE4ED4250PQ/2?accountid=130858

López, J., López Arrieta, J., & Crespo, M. (2005). Factors associated with the positive impact of caring for elderly and dependent relatives. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 41(1) 81-94.

Montero, G., & Manzano, F. F. (2010). Nivel de estrés laboral y patrón de conducta en los empleados de la Universidad Nacional de Educación Enrque Guzmán y Valle. Cantuta, Perú: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

Musitu, G., Herrero, J., Cantero, L. M., & Montenegro, M. (2014). *Introducción a la Psicología Comunitaria.* Barcelona: Editorial UOC.

Newstrom, J. W. (2011). Comportamiento humano en el trabajo. Mexico: Mc Graw Hill.

Olivares-Faúndez, V., Gil-Monte, P., Montaño, R., Barrera, R., Fredes, D., & Figueiredo-Ferraz, H. (2018). Validez factorial del cuestionario para la evaluación del síndrome de quemarse por el trabajo (CESQT) en profesionales de servicios. *Interneciencia, 43*(6), 417-424. Obtenido de https://search.proquest.com/docview/2080232894/fulltextPDF/F1092AAD6E864E11PQ/1?accountid=130858

Osorio, J. E., & Cárdenas, L. (2017). Estrés laboral: estudio de revisión. *Diversitas, 13*(1), 81-90. Obtenido de https://search.proquest.com/docview/1888706894/fulltext/D105E88C61334703PQ/6?accountid=130858

Pablo Ruisoto, S. L. (2015). Análisis de variables psicológicas asociadas a la salud y productividad en la universidad. *Alternativas*, 46-54.

Pastor Gosálbez, M. (2012). Mujeres en Sanida: entre la igualdad y la desigualdad. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 497-518.

Ratnakaran, B., Prabhakaran, A., & Karunakaran, V. (2016). Prevalence of burnout and its correlates among residents in a tertiary medical center in Kerala, India: A cross-sectional study. *Journal of Postgraduate Medicine, 62*(3). Obtenido de https://search.proquest.com/docview/1837031675/F74BDB6B8CDD4F50PQ/5?accountid=130858

Rotenstein, L. S., Torre, M., Ramos, M. A., Rosales, R. C., Guille, C., Sen, S., & Mata, D. A. (2018). Prevalence of Burnout Among Physicians: A Systematic Review. *JAMA: The Journal of the American Medical Association; Chicago, 320*(11), 1131. Obtenido de https://search.proquest.com/docview/2116408580/F74BDB6B8CDD4F50PQ/1?accountid=130858

Ruiz-Calzado, I., & Llorent, V. J. (2018). El burnout en los profesionales de la educación que trabajan con personas con discapacidad en Córdoba (España). Influencia de las variables. *Educación XXI, 21*(2), 373-393. Obtenido de https://search.proquest.com/docview/2251685689/252D6B963EC14106PQ/9?accountid=130858

Sociedad de Lucha contra el Cáncer. (s.f.). *Historia*. Recuperado el 1 de octubre de 2018, de https://www.solca.med.ec/quienes-somos/historia/

Torres, E. F., Ali El-Sahili, L. F., & Di Giardino, M. P. (2019). *Análisis del burnout y sus escalas de medición: inexactitud de la Escala de Desgaste Ocupacional (EDO).* Guanajuato: Editorial Los otros libros.

Trianes, M. V. (2014). *Psicología del desarrollo y de la educación.* Madrid: Ediciones Pirámide.

Ullco Yanchapanta, J. (2018). Síndrome de burnout e impulsividad en el personal docente de la Facultad Ciencias de la Salud de la Universidad Técnica de Ambato. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Vázquez, I. A. (2016). *Manual de Psicología de la salud.* Madrid: Ediciones Pirámide.

Yu-fang, G., Plummer, V., Lam, L., Wang, Y., Cross, W., & Jing-ping, Z. (2019). The effects of resilience and turnover intention on nurses' burnout: Findings from a comparative cross-sectional study. *Journal of Clinical Nursing, 28*(3-4), 499-508. Obtenido de https://search.proquest.com/docview/2164884643/F74BDB6B8CDD4F50PQ/10?accountid=130858

003. LA VIOLENCIA COMO SÍNTOMA SOCIAL: UN ANÁLISIS DESDE EL PSICOANÁLISIS FREUDIANO

VIOLENCE AS A SOCIAL SYMPTOM: AN ANALYSIS FROM THE FREUDIAN PSYCHOANALYSIS

Autor:
Celia María Cabrera Ávila, Mgs
Magister en Psicoanálisis con mención en Clínica Psicoanalítica
Docente de la Facultad de Marketing y Comunicación.
Carrera de Psicología en la Universidad ECOTEC
ccabrera@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Este artículo de revisión analiza el fenómeno de la violencia social, desde la teoría psicoanalítica de Freud, aplicando sus principios teóricos fundamentales a la reflexión de lo social, y a partir de allí se busca dar respuesta a la formulación de una pregunta: ¿cuál es la subjetividad implicada en las manifestaciones de la violencia social, entendidas como expresiones sintomáticas?, para comprender desde la perspectiva psicoanalítica, porqué la violencia aparece como una constante en todas las sociedades a lo largo de la historia. Se trata entonces de reconocer los procesos subjetivos implicados en la violencia social, sin intentar formular soluciones al respecto. Esta exploración teórica establecerá una relación entre la violencia como síntoma social y las particularidades conceptuales determinadas en aspectos fundamentales como: las pulsiones, el mito de la horda primitiva, el trauma y el retorno de lo reprimido como síntoma.
Palabras clave: violencia, psicoanálisis, síntoma.

Abstract

This review article analyzes the phenomenon of social violence, from Freud's psychoanalytic theory, applying its fundamental theoretical principles to the reflection of the social, and from there it seeks to respond to the formulation of a question: what is the Subjectivity involved in the manifestations of social violence, understood as symptomatic expressions? To understand from a psychoanalytic perspective, why violence appears as a constant in all societies throughout history. It is then about recognizing the subjective processes involved in social violence, without trying to formulate solutions in this regard. This theoretical exploration will establish a relationship between violence as a social symptom and the conceptual particularities determined in fundamental aspects such as: the drives, the myth of the primitive horde, the trauma and the return of the repressed as a symptom.
Keywords: Violence, psychoanalysis, symptom.

INTRODUCCIÓN

La historia de la humanidad siempre es contada desde acontecimientos que han causado gran impacto social, sobre todo aquellos implicados en hechos violentos. El mudo ha sido testigo de varias guerras y batallas en diferentes frentes, en diferentes épocas y por diferentes razones, que parecería imposible narrar algún hecho histórico que no haga referencia a un acontecimiento mortífero. El miedo, la inseguridad, el crimen organizado, la guerrilla, levantamientos civiles, la violencia doméstica, la violencia contra la naturaleza, son algunas de las máscaras de la violencia en el mundo, y en algunos casos, de manera más directa en América latina, violencias que han sido y siguen siendo protagonistas de este tipo de fenómenos sociales.

Cuadro 2
Clasificación de los países por intensidad de la violencia, América Latina *circa* 2000

Nivel de violencia	Tasas	Países
Baja	Menores de 10 homicidios por cada 100 mil habitantes	Argentina, Chile, Costa Rica, Uruguay, Paraguay
Media	Entre 11 y 20 homicidios por cada 100 mil habitantes	Perú, Nicaragua, Ecuador, República Dominicana, Panamá, Honduras
Alta	Entre 21 y 30 homicidios cada 100 mil habitantes	Brasil, México, Venezuela
Muy alta	Más de 31 homicidios por cada 100 mil habitantes	Colombia, El Salvador

Fuente: Elaboración propia, en base a OPS (2003) y OMS (2002).

Fuente: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - FLACSO Ecuador. Quito, diciembre 2007.v"Sociología de la violencia en América Latina" – Roberto Briceño-León

Un estudio realizado por la FLACSO Ecuador (2007) registra que la Organización Mundial de la Salud calcula que en la región ocurren unos 140 homicidios cada año (OMS 2002). La mayoría de estas muertes ocurren en las ciudades y son producto de la violencia interpersonal, no de guerras ni de conflictos armados, sino de la violencia cotidiana. Es encontrarse con la muerte en la esquina de la casa (Briceño-León 2007, p. 31).

La violencia en tanto fenómeno social, ha sido objeto de reflexión y análisis desde varios enfoques de la ciencia, como también desde los diversos discursos del arte. Desde estas perspectivas se han establecido algunas particularidades para conceptualizarla y sobre todo para entenderla. El psicoanálisis a pesar de ser una disciplina que surge desde la subjetividad de la individualidad, ha sido también aplicado al análisis de los fenómenos sociales, sobre todo el de la violencia, entendida como lo que no funciona en el sistema social, es decir, como el síntoma social manifiesto.

El presente trabajo busca dar respuesta a una pregunta: ¿cuál es la subjetividad implicada en las manifestaciones de la violencia social?, y para esto aborda el fenómeno de la violencia, específicamente desde la teoría freudiana, en tanto esta permite reconocer aquellas nociones fundamentales del psicoanálisis, sin las cuales se imposibilita cualquier tipo de abordaje psicoanalítico que se realice, sobre todo, desde el psicoanálisis lacaniano. En este sentido,

se establece una ruta teórica que permita entender la violencia desde tres aspectos teóricos fundamentales: las pulsiones, el mito de la horda primitiva y el retorno de lo reprimido como síntoma.
La teoría de las pulsiones, nos permitirán reconocer ese empuje psíquico de carácter primario, que lleva a los sujetos hacia la satisfacción de las necesidades implicadas en la vida ánima, a las que Freud llamará pulsión de vida o Eros, misma que al ir más allá de lo placentero se convertirá en una pulsión mortífera a la que Freud denominó pulsión de muerte o Thanatos. Desde el mito de la horda primitiva se explicará el trauma original sobre el cual se construyó la forma más primitiva de sociedad humana, y cómo esta ha dejado huellas mnémicas imborrables en la historia de la humanidad, manifestadas en el síntoma como un retorno de lo reprimido. Finalmente se realizará una recapitulación de los aspectos teóricos fundamentales que permitan dar respuesta a la pregunta que suscita este artículo.
La metodología utilizada se basó en un estudio de revisión bibliográfica de las obras completas de Freud, y de otros textos de reconocidos psicoanalistas miembros de la Asociación Mundial de Psicoanálisis, así como de artículos y textos electrónicos relacionados con el tema.

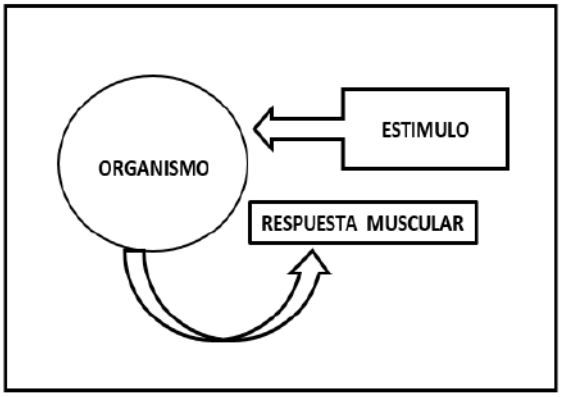
REVISIÓN TEÓRICA

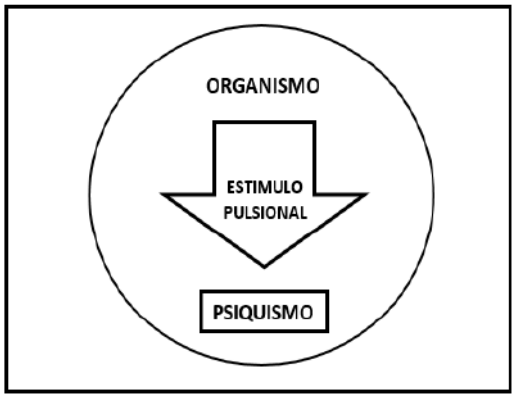
LA PULSIÓN DE MUERTE: UN RETORNO A LA INEXISTENCIA

Freud, en el proceso de construcción del psicoanálisis, en tanto método terapéutico y de investigación que se ocupa de lo inconsciente, como causa; conceptualizará una serie de estructuras que conforman el aparato psíquico, así como la dinámica que existe entre esas estructuras, misma que describe en el curso de sus obras, sobre todo en “Esquema del Psicoanálisis” (1940).

“Un concepto básico del cual en psicología no podemos prescindir es el de pulsión. De lado de la fisiología se nos ha presentado el concepto del estímulo o y el esquema del reflejo, de acuerdo con el cual un estímulo aportado al tejido vivo (a la sustancia nerviosa) desde afuera, es descargado hacia afuera mediante una acción” (Freud 1915, p. 113). Bajo este concepto, la psicología se referirá al efecto del estímulo como comportamiento o conducta.

En la misma obra, Freud establecerá la diferencia entre el estímulo y la pulsión. El estímulo opera de un sólo golpe desde fuera y va dirigido a lo orgánico, y mediatizado por la emoción responderá siempre de manera muscular, mientras que la pulsión es el estímulo para lo psíquico, que no proviene del exterior sino del interior del propio organismo, cuya acción se manifiesta como una fuerza constante de la que el organismo no puede huir, impidiéndole esto tramitarlo de manera muscular.





A pesar de que la pulsión no es un estímulo para lo somático, su origen está en una fuente somática, que opera sobre lo anímico y cuya meta es procurar el placer del órgano, de tal forma que, la pulsión está determinada por el principio del placer y tiene como objetivo la satisfacción del órgano, que sólo se podrá alcanzar a través de un objeto, que en este sentido es objeto de la pulsión, y la mediación entre el objeto y la pulsión será la energía pulsional a la que se denomina libido.

Freud, en el desarrollo de sus escritos sobre “las pulsiones y sus destinos” (1915) definirá la pulsión como algo inorgánico que tiene cuatro elementos: 1) una fuente corporal, es decir, la pulsión tiene un fundamento en el lugar corporal donde se aloja, a estos lugares se los designa como zonas erógenas 2) un empuje, que direcciona a la pulsión hacia la búsqueda de la satisfacción del órgano donde se aloja, 3) un fin, que es la satisfacción en sí mismo, y por último el objeto, que es aquello que tiene como característica, poder satisfacer de forma específica al órgano donde se aloja la pulsión, se entiende entonces que toda pulsión tendrá siempre un objeto pulsional (Freud 1915).

Hasta aquí se ha dejado notar que la pulsión tiene como fin, la satisfacción, es decir, que se rige por el principio del placer, de tal forma que parecería que existiera sólo una pulsión, entonces la pregunta que surge aquí es, ¿cuántas pulsiones existen?, en este punto Freud referirá:

> “*En verdad, es incorrecto hablar de un imperio del principio de placer sobre el decurso de los procesos anímicos. Si así fuera, la abrumadora mayoría de nuestros procesos anímicos tendría que ir acompañada de placer o llevar a él; y la experiencia más universal refuta enérgicamente esta conclusión. Por tanto, la situación no puede ser sino esta: en el alma existe una fuerte tendencia al principio de placer, pero ciertas otras fuerzas o constelaciones la contrarían, de suerte que el resultado final no siempre puede corresponder a la tendencia al placer*” (Freud 1920, p. 9).

Surge entonces en la teoría freudiana la noción de que la pulsión no siempre es placentera, sino que es también causa de displacer. Sobre las causas del displacer referirá Freud en la misma obra, que existe en la filogenética humana una huella mnémica que empuja al organismo a la regresión de un estado anterior, es decir una tendencia a la autodestrucción. Hablamos entonces de una pulsión placentera y otra displacentera, y en relación a la última, Freud la describirá como aquello cuyo empuje busca la destrucción del organismo.

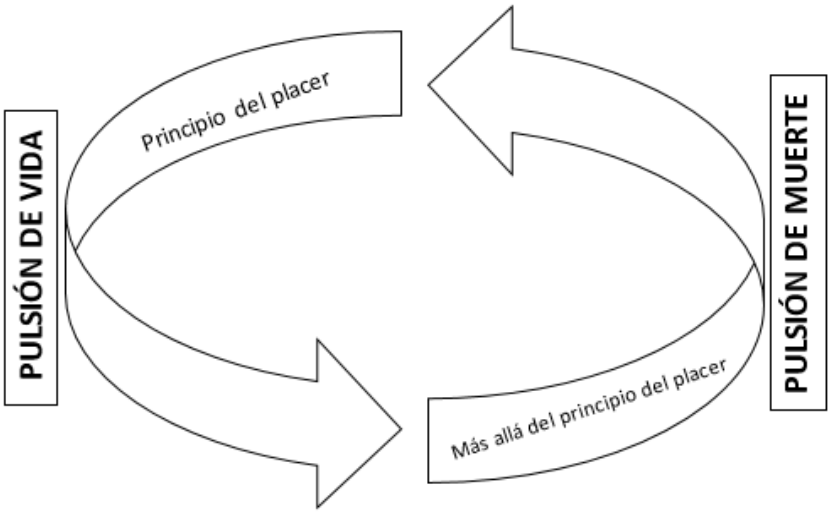
La meta de toda vida es la muerte; y, retrospectivamente: Lo inanimado estuvo ahí antes que lo vivo" (Freud 1920, p. 38), de tal forma que, si existe en el organismo una tendencia o empuje hacia la preservación de la vida, existe también una tendencia del organismo hacia la autodestrucción. Para Freud existen dos categorías pulsionales: la pulsión de vida o Eros, que empuja al sujeto a la autoprotección, y la pulsión de muerte o Thanatos que empuja al organismo a la autodestrucción, como un retorno a la inexistencia. En este sentido, Jacques Lacan referirá en una de sus conferencias:

> *"La muerte entra dentro del dominio de la fe. Hacen bien en creer que van a morir, por supuesto ¡Eso les da fuerza!, si no lo creyeran así, ¿podrían soportar la vida que llevan? Si no estuvieran sólidamente apoyados en la certeza de que hay un fin, ¿acaso podrían soportar esta historia?*" (Lovaina, el 13 de Octubre de 1972).

Una investigación sobre la violencia en la sociedad colombiana, realizada por el Psicoanalista Mario Elkin Ramírez, publicada en su libro "Órdenes de Hierro", refiriéndose en su conclusión a las diversas formas de violencia, anotará: "Todo esto es posible porque hay un sustrato subjetivo esencial: en el corazón del ser del sujeto habita la pulsión de muerte" (Elkin 2007, p. 158).

La pulsión de muerte, o también llamada pulsión de agresión o de destrucción (Aggressionstrieb oder Destruktionstrieb), no está desasociada de la pulsión de vida o sexual, sino que se entenderá como "la transfiguración teórica de la universalmente conocida oposición entre amor y odio, quizá relacionada primordialmente con aquella otra polaridad entre atracción y repulsión, que desempeña un papel tan importante en su campo científico. Cada una de estas pulsiones es tan indispensable como la otra, y de su acción conjugada y antagónica surgen los fenómenos de la vida. Parece que nunca una pulsión perteneciente a una de esas clases puede actuar aislada; siempre está ligada" (carta de Freud a Einstein 1932).

Las formulaciones que hace Freud respecto de las pulsiones de vida y muerte, surgen a partir del estudio del juego en niños, quienes luego de experimentar alguna vivencia que haya causado en ellos una impresión displacentera, será esta con certeza contenido del próximo juego, en el que el niño al jugar, "inflige a un compañero de juegos lo desagradable que a él mismo le ocurrió y así se venga en la persona de este sosias" (Freud 1920, p. 17). Esto da cuenta de que existe en el sujeto "una división subjetiva entre una parte que pulsa al bien y otra que pulsa en contra de la búsqueda de ese bien; busca el mal, el sufrimiento (Larsen 1993) del otro como una forma de desplazamiento pulsional.



Esto da cuenta de que en la subjetivad humana existe una lucha pulsional entre la vida y la muerte, entre el bien y el mal. Esta es la constante cíclica pulsional que es causa de la dinámica existencial del sujeto, y que se hace evidente en la interacción con otros, es decir, en la vida social. Desde esta perspectiva, la pulsión original que lleva a los organismos a la búsqueda del placer, cuando recibe una sobrecarga pulsional que va más allá del placer, se convierte en una pulsión displacentera que se tramitará como una descarga agresiva y violenta sobre el propio organismo o sobre los otros.

LA HORDA PRIMITIVA: ORIGEN DE LAS ESTRUCTURAS SOCIALES Y CAUSA DEL MALESTAR EN LA CULTURA.

Después de haber revisado algunos puntos centrales de la noción sobre las pulsiones, y teniendo un conocimiento previo sobre su función en el psiquismo, se aborda la obra de Freud Tótem y tabú (1913), que hace referencia a la hipótesis darwiniana de la horda primitiva, para realizar un análisis sobre el establecimiento de la Ley de prohibición del incesto como fundamento primordial para la constitución de toda organización social civilizada.

Freud estuvo dos años investigando las obras de antropólogos y etnólogos que se habían dedicado al estudio de tribus salvajes, en distintos lugares del mundo, desde Australia a la polinesia, en busca de los orígenes de un orden social primitivo (González 2018). A partir de ellas y de la hipótesis darwiniana de la horda primitiva, basada en la dominación del macho más fuerte y viejo, quien motivado por sus celos impedía la endogamia, Freud planteara la hipótesis filogenética del parricidio primordial.

La dinámica de organización social de la horda primitiva se establece inicialmente, bajo la figura de dominación por la fuerza, de un Uno por sobre los otros, esta forma de regulación pone al más fuerte por sobre los más débiles, en sentido físico, de tal manera que los elegidos para seguir el linaje como sustituto del patriarca o jefe, tras la muerte de este, debían ser sometidos a pruebas o ritos de paso, para asegurar la supremacía de la “fuerza bruta”, como imperativo de autoridad y poder. Es así como la función del jefe, adquiere en la horda, el lugar de excepción, el lugar de la función paterna reguladora de las pulsiones, la cual fue grabada en el psiquismo de los dominados, ya no sólo como una forma de regulación social, sino como

una forma de regulación individual, cuya lógica interior, tanto del grupo como del sujeto, estaba fundamentada en el principio de realidad (Freud, 1991d, p. 225).

Esta dominación por la "fuerza bruta" del padre, en tanto único líder patriarcal, impedía a los demás hombres el acceso carnal hacia las mujeres, reservándolas todas para sí mismo. Aquellos que se rebelaron contra el padre fueron expulsados, los mismos que se reunieron un día, mataron al padre y devoraron su cadáver, poniendo así un fin a la existencia de la horda paterna. El acto de devorar al padre hizo que ellos se identificaban con él y celebraran su muerte mientras comían su carne. La comida totémica, quizá la primera fiesta de la humanidad, constituyó el punto de partida de las organizaciones sociales, de las restricciones morales y de la religión (Freud 1913).
El parricidio instauro en ello un fuerte sentimiento de culpa, que los impulsaba a revivir al padre muerto, hecho por más imposible, de tal forma que idearon la figura del Tótem, como la forma del retorno del padre y su ley, desplazada en la figura de un Tótem y en la Ley de prohibición del incesto. Esta Ley, tendrá en ellos un efecto mucho más enérgico y autoritario respecto a la ley del padre, en tanto aseguraba que nunca se pudiera dar la posibilidad de endogamia, para no repetir el parricidio. Es decir, sin el Padre advenido en Tótem, se hace imposible la subjetivación de la Ley reguladora de las pulsiones sexuales en tanto prohíben la endogamia, y de las pulsiones violentas y agresivas que buscaran siempre la destrucción de todo representante de la Ley de prohibición del incesto, es decir, de ese lugar de excepción destinado al padre en tanto función.

Freud relaciona el desarrollo cultural con esta situación, ya que la unidad de los hermanos motivó un cambio que fue central para la continuidad del grupo, tuvieron que renunciar a sus deseos incestuosos para evitar desavenencias entre ellos y la consecuente posibilidad de que el triunfante de tal pugna corriera la misma suerte que el padre asesinado (Santander & Readi 2015). En este sentido, se establece en la organización social primitiva, un lugar de excepción, un lugar de la Ley reguladora de las pulsiones, el lugar del padre.

De este modo, Freud encuentra la idea directiva para esclarecer, desde la aportación analítica, lo que los antropólogos no conseguían elucidar; aquello que une, en su origen, el sistema totémico, el tabú y la exogamia. El origen del tótem no es sino la muerte del padre; el tabú, la consecuencia derivada de la ambivalencia despertada por la figura paterna, que retorna tras su muerte en forma de remordimiento; el mandato de la exogamia será la resolución de aquello que motivó el parricidio, el acceso a las mujeres de la propia familia, es decir, el incesto (González 2018).
Un análisis realizado por Juan Pablo Sánchez Domínguez, en su artículo: "Psicoanálisis y función paterna: el parricidio del cabo Lortie", referirá que "en todo homicidio está comprometida la relación primordialmente humana… (donde) el autor propone realizar una lectura de correlato, encaminada a repensar la prohibición del parricidio como el carácter fundador de la condición humana (Sánchez, J. 2015). Es decir, todo transgresor de la ley, es de alguna manera un "parricida primordial", que busca destruir nuevamente al padre totémico, representado en la ley jurídica, que se entendería como una de las formas totémicas, como diría Lacan, como uno de los nombres del padre trastocado en la subjetividad del criminal.

> *"El 8 de mayo de 1984, Denis Lortie cabo del ejército canadiense irrumpe en la Asamblea General de Québec, con la intención de matar al gobierno…disparando su arma automática sobre la gente con la que se cruzaba, Lortie llegaba a tiempo a la Cámara donde se reúnen los diputados, pero ese día la asamblea no sesionaba*

y la sala estaba vacía, entonces, decidió sentarse en el sillón del presidente. Se realizó una negociación para desarmarlo. Después de su rendición se contaron tres muertos y ocho heridos. En palabras de Lortie: "el gobierno de Québec tenía el rostro de mi padre". (Sánchez 2015)

Es preciso contar con el hecho de que en todos los seres humanos (..) están presentes unas tendencias destructivas , vale decir, antisociales y antinaturales (Freud 1927-31, p. 7) pero a pesar de la existencia esta huella mnémica psíquica de carácter filogenético que nos empuja de alguna manera al "parricidio", existe también en los sujetos la culpa que desplazará el carácter pulsional violento hacia la compulsión del trabajo cultural, "pero ese mismo carácter no es sino la consecuencia de hormas culturales deficientes, que enconan a los hombres, los vuelven hoscos y vengativos" (Freud 1927-32, p. 8). Es decir, que aunque la cultura permite el desplazamiento de las pulsiones violentas que buscan socavar la ley, por ser una construcción deficiente en este propósito, no podrá contenerlas por mucho tiempo, de tal manera que en algún momento se producirán episodios de violencia social, como en el caso del cabo Lortie.

Se podría decir entonces, que Tótem y Tabú, no es más que uno de tanto intentos de Freud, por explicar el tema de la violencia social desde el psicoanálisis, considerando que el mismo Freud fue testigo y víctima de los conflictos de la segunda guerra mundial, tiempo en el que escribirá El Porqué de la guerra (1932), referida a unas preguntas que Albert Einstein le hiciera a Sigmund Freud, ¿Hay algún camino para evitar a la humanidad los estragos de la guerra?, ¿Qué puede hacerse para evitar a los hombres el amargo destino de la guerra y protegerlos de sus estragos?. A esto Freud dirá que la sociedad está formada por un principio de desigualdad social, del más fuerte sobre los más débiles, generando una presión subjetiva sobre la pulsión de vida, que se desencadenará en una pulsión agresiva de los oprimidos sobre los opresores, y desde allí se desencadenan los conflictos, las confrontaciones violentas. El totemismo será entonces por sobre todo la Ley que busca controlar estos impulsos violentos, a través de del tabú fundamental: "No matarás".

EL SÍNTOMA COMO RETORNO DE LO REPRIMIDO

La noción sobre la represión pertenece a la clínica freudiana y se caracteriza por ser un mecanismo psíquico de defensa, a través del cual el sujeto se protege de experiencias traumáticas cargadas de elementos violentos y agresivos, que serán reprimidos por la conciencia en tanto son causa de un gran dolor psíquico. Una vez reprimido el contenido, adquiere con ello una semejanza con la pulsión, considerándosela como una pseudopulsión que a pesar de la similitud de la dinámica, no llega a ser en sí misma una pulsión.

La posibilidad de una represión no es muy fácil de deducir teóricamente. ¿Por qué debería un movimiento pulsional decaer en tal destino? (…) (la condición para que esto ocurra, consistirá en que) el logro de la meta pulsional cause displacer en lugar de placer. (Lowenstein 2016). Se entenderá aquí lo pulsional como una pseudopulsión adherida a un contenido derivado de un hecho traumático que debe reprimirse para general en el organismo un retorno al placer.

El encuentro de Freud con la represión surge a partir del trabajo clínico con sus pacientes histéricas. El fenómeno se presenta a través de la resistencia en el tratamiento; y la resistencia comienza a manifestarse a partir del abandono de la hipnosis como método terapéutico. Al

respecto Freud (1914) expresa que “la doctrina de la represión es ahora el pilar fundamental sobre el que descansa el edificio del psicoanálisis, su pieza más esencial. Sin embargo (…) se llega a palpar una resistencia que se opone al trabajo analítico y pretexta una falta de memoria para hacerlo fracasar (Freud 1914, p. 15-16), hablará Freud aquí de la resistencia dada por la censura, que dificulta la salida a la conciencia de los contenidos reprimidos, que retornarán a la conciencia en forma de síntoma. A esto Freud lo llamará “histeria de conversión” y explicará a partir de allí, cómo los contenidos reprimidos retornan a la conciencia, junto con la carga libidinal que se alojará en una parte del cuerpo produciendo los síntomas histéricos.

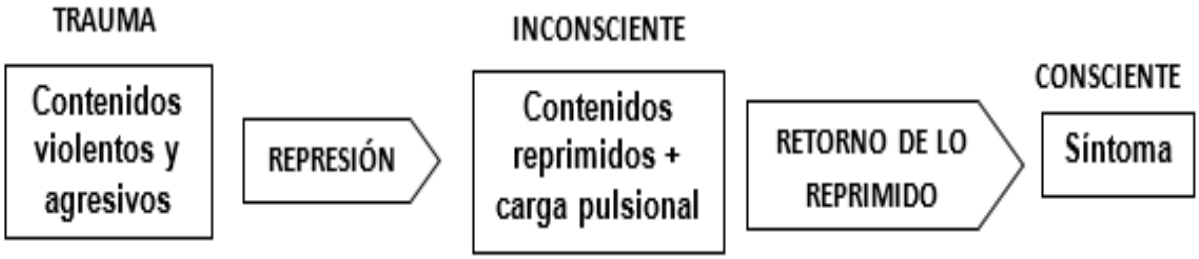
El síntoma histérico, en tanto retorno de lo reprimido, tienen una importancia capital en la historia del paciente, considerando que en ella se encuentra velado el trauma, como causa que dio origen a la represión. Para “curar” a sus histéricas, Freud debía llevar a la paciente por la vía que va del síntoma al recuerdo de la escena traumática y así facilitar el desplazamiento del contenido reprimido hacia la conciencia. Para que una escena traumática desplace sus contenidos al inconsciente y ser considerada causa sintomática, debía cumplir dos requisitos: poseer idoneidad determinadora y fuerza traumática. Será la clínica la que le permitirá a Freud, observar que no todas las escenas traumáticas cumplían con estos requisitos, reafirmando con esto, la existencia de una escena detrás de la escena, de esta forma, la escena traumática, nos llevaría incesantemente a una nueva escena original.

Después de este análisis, Freud llega a la conclusión de que, la cadena asociativa siempre consta de más de dos eslabones; las escenas traumáticas no forman unos nexos simples, como las cuentas de un collar, sino unos nexos ramificados, al modo de un árbol genealógico, pues a raíz de cada nueva vivencia entran en vigor dos o más vivencias tempranas, como recuerdos (así), ningún síntoma histérico puede surgir de una vivencia real sola, sino que todas las veces el recuerdo de vivencias anteriores, despertado por vía asociativa, coopera en la causación del síntoma (Freud 1991ª, p.196).

Freud afirmaba que, sea cual fuere el síntoma de partida, sea donde sea que nos lleve la cadena asociativa, y sean cuales fueren sus conexiones con otros síntomas, infaliblemente se terminará por llegar al ámbito de la vivencia sexual, es decir, el síntoma estará relacionado directamente con una trauma que implique un displacer en alto grado de la pulsión sexual, la misma que al ser reprimida, retornaría a la consciencia tramitada como pulsión violenta y agresiva sobre el propio organismo o sobre los otros, en quienes se sobrecarga la pulsión destructiva.

Freud en su obra “Tres ensayos para una teoría sexual” afirmará que el trauma se dará siempre en los primeros años de la infancia, “puesto que, en esta época, el individuo tiene la facultad para recoger y grabar las impresiones y producirlas luego; aquello que no se reproduce y está olvidado deja huella en la vida psíquica y constituye la fuente de energía más importante de la neurosis” (Peña 2010).

Hasta el momento se ha realizado un breve recorrido teórico sobre la noción de represión y, su relación con el trauma, el retorno de lo reprimido y su relación con el síntoma. En el siguiente esquema se intenta condensar estas concepciones y su correspondencia en la subjetividad del síntoma como retorno de lo reprimido.



La teoría de la represión surge en la clínica psicoanalítica de la mano con la teoría del síntoma, el mismo que se entenderá como aquello que retorna con una fuerza devastadora. El síntoma será entonces aquello que desde la subjetividad causa malestar en el organismo. Desde aquí se puede pensar también el síntoma como un malestar en el organismo social, lo que Freud llamará “el malestar en la cultura”, es decir, como aquello que retorna derivado del trauma que dará inicio a la constitución originaria de la sociedad. Se hace referencia entonces, al parricidio, como el hecho violento y agresivo que retornará en la cultura para dar “muerte” a lo que represente la Ley reguladora de las pulsiones sexuales.

La teoría de la represión surge en la clínica psicoanalítica de la mano con la teoría del síntoma, el mismo que se entenderá como aquello que retorna con una fuerza devastadora. El síntoma será entonces aquello que desde la subjetividad causa malestar en el organismo. Desde aquí se puede pensar también el síntoma como un malestar en el organismo social, lo que Freud llamará “el malestar en la cultura”, es decir, como aquello que retorna derivado del trauma que dará inicio a la constitución originaria de la sociedad. Se hace referencia entonces, al parricidio, como el hecho violento y agresivo que retornará en la cultura para dar “muerte” a lo que represente la Ley reguladora de las pulsiones sexuales. El síntoma para Freud es aquello que el analizado repite en vez de recordar, y repite bajo las condiciones de la resistencia. Repite todo cuanto desde las fuentes de su reprimido ya se ha abierto paso hasta su ser manifiesto: sus inhibiciones y actitudes inviables, sus rasgos patológicos de carácter. Y además, durante el tratamiento repite todos sus síntomas (Freud, 1979, p22). En la vida anímica existe realmente una compulsión de repetición que se instaura más allá del principio de placer. Compulsión de repetición y satisfacción pulsional placentera”. (Freud 1980, p153). Citado por Cerrone (2016)

Desde aquí se puede entender la diversidad del síntoma, que desde lo social retornará bajo diversas máscaras, de tal forma que la violencia social se revela como síntoma del malestar en la cultura, el mismo que bajo la apariencia de guerras, terrorismo, crimen organizado, genocidios, violencia familiar, narcotráfico, incluso la producción literaria, cinematográfica, géneros musicales, artes plásticas, las famosos talk shows entre otras, se repetirán irremediablemente en la historia de la humanidad.

CONCLUSIÓN

Las nociones teóricas establecidas desde el psicoanálisis freudiano, derivadas de la experiencia clínica individual, permiten establecer correlaciones con lo social, específicamente con el fenómeno de la violencia, La sociedad se puede entender como una estructura basada en la suma de las subjetividades individuales entendida como la “masa” que tendrá las mismas características de la subjetividad individual. En este sentido se puede concluir que la agresividad humana como parte de su constitución subjetiva, será el elemento implícito de la violencia social, que dejará ver la realidad de la dinámica psíquica inherente en la naturaleza humana que la empuja hacia la autodestrucción.

Desde la teoría de las pulsiones se entenderá que en la subjetivad humana existe una lucha pulsional entre la vida y la muerte, es decir, que la agresividad humana es una disposición pulsional filogenética que empuja de manera cíclica al organismo a un encuentro constante y permanente con la vida y con la muerte. Desde aquí se explica esta necesidad humana de procurarse encuentros con la muerte que no impliquen necesariamente un estado permanente en ella. Los deportes de riesgo, las películas violentas, las letras de canciones, la literatura son algunas de estas manifestaciones de estos acercamientos hacia un retorno a la inexistencia.

A partir Tótem se puede explicar cómo el origen constitucional de la sociedad está sostenido sobre la necesidad de socavar la pulsión de muerte, de tal forma que toda organización social deberá estar necesariamente sostenida sobre la Ley de prohibición del incesto que tiene como función asegurar la imposibilidad de la destrucción de aquello que representa la función reguladora de lo pulsional, es decir, de todo aquello que represente la Ley. Sin embargo, esta Ley que tiene como función el aplacamiento de la agresividad salvaje de la humanidad, terminará por ejercer un efecto contrario, produciendo en algún momento determinado aquello que Freud denominó como la “fiesta totémica”, es decir la destrucción de la Ley, la misma que resurgirá a partir de la culpa, con más fuerza que la anterior. Las revoluciones sociales como la revolución francesa, los efectos de la revolución industrial al ser devastadores, dieron paso a un tiempo de pacificación social, basado en constituciones que surgen con mayor rigor que la ley antes “aniquilada”.

La pulsión de muerte como empuje del parricidio original, que es causa del trauma social, devendrá como síntoma manifiesto, como síntoma del malestar en la cultura, como aquello que deja ver lo que no funciona y nunca funcionará en lo social, la pacificación de las pulsiones. En este sentido todo intento de controlar por todos los medios sociales, la legislación, la educación, que impida de todo brote que violente la Ley, no hará más que dar paso al retorno de lo reprimido, manifestado como síntoma, es decir, la inevitable violencia social.

BIBLIOGRAFÍA

Briceño-León, R. (2007). Sociología de la violencia en América Latina. FLACSO Ecuador. Recuperado de: https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=40251

Cabrera, M. (2005). Exceso y defecto de la memoria: violencia política, terror, visibilidad e invisibilidad. Recuperado de: file:///C:/Users/A1/Downloads/2392-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7860-1-10-20101110.pdf

Cerrone, L. (2016). El síntoma desde el psicoanálisis. Recuperado de: https://sifp.psico.edu.uy/sites/default/files/Trabajos%20finales/%20Archivos/tfg_lucia_cerrone_1.pdf

Elkin, M. (2007). Órdenes de Hierro. Medellín. La carreta.

Freud, S. (1913-1914). Sigmund Freud Obras completas Tomo XIII. Argentina. Amorrortu Editores.

Freud, S. (1915). Sigmund Freud Obras completas Tomo XIV. Argentina. Amorrortu Editores.

Freud, S. (1927-31). Sigmund Freud Obras completas Tomo XXI. Argentina. Amorrortu Editores.

Freud, S. (1920-23). Sigmund Freud Obras completas Tomo XXIII. Argentina. Amorrortu Editores.

González, M. (2018). Comentario de la referencia de Tótem y Tabú de S. Freud. NODVS LI. Marc de 2018.

Lacan, J. (2007). Seminario 5: las formaciones del inconsciente. Buenos Aires. Editorial Paidós SAICF.

Larsen, D. (2010). Seminario: Más allá del principio del placer. El Sigma.com. Recuperado de: http://www.elsigma.com/introduccion-al-psicoanalisis/seminario-mas-alla-del-principio-del-placer/12033

Latcham, R. (2009). El psicoanálisis de Freud y el totemismo. Atenea.N° 500-II Sem. 2009: 379-388.

Lowenstein, A., (2016). La represión, traducción de Alicia Lowenstein. Recuperado de: http://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/electivas/659_clinica_psicoanalitica/material/descargas/represion.pdf

Peña, G. (2010). La sexualidad y el síntoma histérico. Recuperado de: file:///C:/Users/A1/Desktop/07761.pdf

Sánchez, J., (2015). Psicoanálisis y función paterna: el parricidio del cabo lortie. Scielo. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612015000100005

Santander, P., Readi, R. (2015). Comprensión psicoanalítica de la transición política chilena y los movimientos sociales actuales. Una revisión de 'Tótem y tabú' en nuestros días. Recuperado de: file:///C:/Users/A1/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLaEvolucionDeDarwinPuntoDeEcuentroEntreP-3130686.pdf

Sigmund Freud y Albert Einstein a través de su correspondencia. Carta abierta de Freud a Einstein sobre ¿Por qué la guerra? (1933b [1932]). Recuperada de: https://resistencia-colombia.org/pdf/Correspondencia_Sigmund_FREUD_Albert_EINSTEIN.pdf

004. LA COMUNICACIÓN ASERTIVA COMO ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN Y DISMINUCIÓN DEL ACOSO ESCOLAR EN EL DÉCIMO AÑO DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA DE UNA UNIDAD EDUCATIVA DE GUAYAQUIL.

Autores:

Mgtr. Christian Fabian Yong Peña
Magister en Diseño Curricular (Ecuador)
Docente de la Facultad de Marketing y Comunicación
Universidad Tecnológica ECOTEC
Guayaquil, Ecuador
cyong@ecotec.edu.ec

Mgtr. Eduardo Gustavo Villacís Alarcón
Magister en Gerencia Educativa (Ecuador)
Docente de la Facultad de Marketing y Comunicación
Universidad Tecnológica ECOTEC
Guayaquil, Ecuador
evillacis@ecotec.edu.ec

Mgtr. Ana Mercedes Morán Ramos
Magister en Psicología Educativa mención Educación Especial (Ecuador)
Magister Universitario en Formación Internacional especializada del profesorado, especialidad en Orientación Educativa(España)
Docente de la Facultad de Marketing y Comunicación
Universidad Tecnológica ECOTEC
Guayaquil, Ecuador
amoran@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Este documento tiene como objetivo elaborar una estrategia de prevención y disminución del acoso escolar basado en la comunicación asertiva para mejorar las relaciones entre las estudiantes de Décimo año de Educación General Básica de una Unidad Educativa de la ciudad de Guayaquil. Se utilizó un análisis exploratorio para identificar el problema de estudio, y un análisis descriptivo con el fin de estudiar la percepción de ambas variables entre la población objetivo. El nivel de investigación fue no experimental de tipo transversal y el diseño correlacional, el muestreo fue censual ya que siendo una población pequeña se tomó en consideración a todos los sujetos que conformaban la muestra. Como resultado se obtiene un diseño de talleres integradores relacionados con la asertividad, para prevenir y disminuir el acoso escolar.

Palabras claves: asertividad, acoso escolar, comunicación.

Abstract

This document aims to develop a strategy of prevention and reduction of bullying based on assertive communication to improve relations between the tenth year students of Basic General Education of a school of the city of Guayaquil. An exploratory analysis was used to

identify the study problem, and a descriptive analysis in order to study the perception of both variables among the target population. The level of research was non-experimental of a transversal type and the correlational design, the sampling was census since being a small population, all the subjects that made up the sample were taken into consideration. As a result, a design of integrative workshops related to assertiveness is obtained, to prevent and reduce bullying.

Keywords: assertiveness, bullying, communication.

INTRODUCCIÓN

Un informe de la UNICEF del año 2015 llamado “Una mirada en profundidad al acoso escolar en el Ecuador” advierte que el 60% de los estudiantes, en algún momento de su vida escolar han sido víctimas de violencia de parte de sus pares. Este secreto a voces, avalado por el Ministerio de Educación Ecuatoriano, permite un estado de alarma al que debemos prestar atención sin llegar a extremismos.

Los educadores y autoridades institucionales, hoy por hoy, buscan formas adecuadas de respuesta a estas situaciones, teniendo en cuenta la complejidad del fenómeno y sus diferentes axiomas, buscando en la capacitación contínua una de las acciones que les aporte herramientas para afrontar dichas situaciones.

Es importante que se tenga conciencia que los conflictos no solo se pueden prevenir generando Códigos de Convivencia o encargando las situaciones disciplinarias complejas a comisiones de seguimiento para que hagan cumplir las reglas consensuadas, sino que las situaciones de acoso escolar deben tener una atención privilegiada en sí misma.

Las autoridades y toda la comunidad educativa deben, por lo tanto, adquirir conocimientos sobre el maltrato entre iguales (bullying) para poder trabajar frente a esa problemática buscando soluciones convenientes con estrategias adecuadas para llegar a la prevención de la misma.

El acoso escolar se va tomando los espacios institucionales, con claras evidencias entre adolescentes, mientras observamos impávidos como toman auge los comportamientos humillantes y la solapada franqueza de muchos.

El mismo centro educativo podría ser colaborador de la multicausalidad de este fenómeno debido a su estructura organizativa, estilos de docencia, características del currículo, influencia ejercida por las familias, indicadores evolutivos mal asumidos, y pobre interiorización de valores, entre otros.

Incluso otros determinantes del entorno socio cultural pueden ser elementos de influencia como: entorno socio cultual, familias desestructuradas, minorías marginadas, desempleados, subempleados, multiculturalidad, etc.

Los docentes tienen gran inherencia en las situaciones de acoso escolar pues es su responsabilidad tanto conocer de los hechos como intervenir y favorecer la resolución de conflictos.

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar una estrategia de prevención y disminución del acoso escolar basado en la comunicación asertiva para mejorar las relaciones

entre las estudiantes de Décimo año de Educación General Básica de una Unidad Educativa de la ciudad de Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

1.- Violencia escolar y Acoso escolar

Logar una investigación seria respecto del acoso escolar se ha topado con el problema epistemológico de definirla en parámetros que nos permitan analizar sus incidencias y diferenciarla de otras manifestaciones parecidas. Incluso al interior del mundo disciplinar, no se ha podido acordar qué se entiende por violencia escolar y cuáles son sus manifestaciones más características (OPS,2002). Se busca la exactitud científica para identificarla de otros tipos de violencia y para eliminar la suspicacia del acto violento lejos de la percepción individual de quien lo observa, de esta manera se exceptuarían connotaciones diferentes de acuerdo a variables tanto cuantitativas como cualitativas intervinientes. Lo que para una persona puede ser violento, para otra puede no serlo; la noción de lo que son comportamientos aceptables e inaceptables, o de lo que constituye un daño, está influida por la cultura y sometida a una continua revisión, a medida que evolucionan los valores y las normas sociales (OPS, 2002).

Para citar un punto de referencia al respecto, la frecuencia de ocurrencia ha dado pautas para aplicar criterios de diferenciación más o menos aceptados: la violencia escolar tiene recurrencia fortuita de frecuencia baja y es aleatoria, mientras que el acoso escolar tiene una recurrencia que se puede medir en el tiempo, siendo deliberada e incidental. En palabras de Olweus e Inger (1998), la diferencia radica en que el bullying (acoso escolar) se presenta de forma repetitiva, sistemática y con la intención de causar daño o perjudicar a alguien más débil; mientras que la violencia escolar suelen ser acontecimientos esporádicos, pero con iguales consecuencias.

Nos damos cuenta que esta forma de violencia es acosante, repetitiva y continua, producida por escolares a lo largo de un tiempo determinado y que se ejerce sobre una misma persona, pudiendo ser inclusive grupal.

Se caracteriza por el trato cruel que puede ser psicológico, verbal, físico o social y que de manera deliberada trata de someter o asustar a la víctima, a través de ofensas, burlas o agresiones que pueden provocar la exclusión social de la misma.

El bullying o acoso escolar también abarca las bromas comunes entre niños y adolescentes cuando éstas son recurrentes y duradero en el tiempo; por aquello podemos mencionar que todos somos responsables de detener este fenómeno, estudiantes, representantes legales, padres de familia, docentes, autoridades, en sí, toda la sociedad en general.

2.- Consecuencias del acoso escolar en el ámbito educativo.

Según los estudios realizados por la UNESCO, el 51% de niños y adolescentes han sufrido algún tipo de acoso escolar en los centros educativos donde asisten.

En el año 2010, el Observatorio de la Niñez y Adolescencia, informó que el 63% de los estudiantes acosan a los otros por ser diferentes; el 74% se burla o insultan; y el 53% de ellos ha sufrido robos.

En 2011, CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) realizó una investigación entre los países latinoamericanos, y detectó que el bullying afecta directamente en el rendimiento escolar de los niños y jóvenes.

En Ecuador, la violencia en los salones de clases generó bajo rendimiento en las asignaturas de matemáticas y lectura; nuestro país se encuentra entre los primeros dieciséis países evaluados, en la cual el índice de estudiantes que declararon haber sufrido robo de sus cosas es del 47.60% y el 21.90% haber recibido maltrato físico.

3.- Comunicación Asertiva.

Definamos como comunicación al proceso por el cual compartimos información, sentimientos e ideas, y para que se logre la comunicación usamos símbolos, tales como palabras o gestos.

La comunicación llega a ser exitosa cuando el mensaje que transmitimos fue completamente comprendido por el receptor.

Como proceso se traduce en la emisión de actos físicos o virtuales como; sonidos, gestos, señas, uso de tecnologías, etc., que tienen como objetivo la comprensión de un mensaje hacia un receptor. (Ruiz Utrilla, 2010)

Ruiz nos señala que la comunicación es la emisión de actos físicos o virtuales siendo estos: sonidos, señas, gestos, uso de la tecnología, entre otros, que tienen como finalidad que la persona receptora del mensaje lo pueda comprender o asimilar a cabalidad.

Este proceso se convierte en interactivo cuando se obtienen respuestas, es decir, existe un cambio de roles entre emisor y receptor.

Normalmente el acto de la comunicación que se da entre los seres humanos se desprende de la capacidad psíquica que posee cada individuo, y esta se ve manifestada a través del lenguaje, pensamiento, condiciones sociales, culturales, políticas y económicas; lo que habilita su capacidad de establecer intercambio de mensajes.

En cambio, la comunicación asertiva es una estrategia y estilo de comunicación, que se sitúa como punto intermedio entre la agresividad y la pasividad. Algunos autores la suelen definir como un comportamiento madura de la comunicación, en la cual las personas no son agresivas ni ofensivas al momento de transmitir un mensaje; tampoco se someten a la voluntad de otras personas, logrando defender sus derechos y convicciones.

“La comunicación asertiva es la habilidad para comunicarse y confiar en que será productivo; en otras palabras, un asunto de habilidad comunicativa, de dominio y control durante nuestras conversaciones”. (Gómez, 2013)

Refiriendo a lo expuesto por Gómez podemos decir que la asertividad se define como la habilidad que tiene cada persona para transmitir o expresar sus pensamientos, opiniones o sentimientos, siempre oportunamente, de una forma sutil, adecuada y sin desconsiderar los derechos que tienen las demás personas.

En conclusión, es la manera en la que el individuo interactúa efectivamente ante cualquier situación, lo que le permitirá mostrar una imagen de ser una persona directa, expresiva y honesta.

Para que la asertividad sea efectiva debemos partir desde el valor del respeto profundo de sí mismo, sólo si interiorizamos ese valor podremos respetar a las demás personas que nos rodean.

Hoy en día, muchas personas necesitan aprender cómo expresarse, cómo decir sus emociones, sentimientos, pensamientos, creencias en formas directas, con honestidad y apropiadas sin lastimar o violar los derechos de las demás personas.

Ser asertivo significa que debemos ser firmes en nuestras decisiones, sin llegar al punto de la pasividad, es decir, no hay que permitir que otras personas tomen decisiones por nosotros, o traten de pasar por alto las ideas y valores que tengamos; además no hay que llegar al extremo de ser agresivos.

Una persona líder es siempre asertiva con los demás, ya que toma decisiones oportunas para su grupo o equipo que dirige, guía de la manera más sencilla y sabe escuchar. Sabe comunicarse de forma clara y concisa, defiende los intereses de todos ante cualquier situación.

Hay que tener en cuenta que una persona asertiva no se puede ser maleducada, en otras palabras, quien no incluye el respeto y la tolerancia con las demás personas, no son asertivas.

Las personas que practican la comunicación asertiva en todo momento de su vida: ya sea en lo laboral, estudios, familia, amigos, etc., presentan un mejor estilo de vida, tienen más posibilidades de lograr sus objetivos y deseos personales o profesionales. Pueden llegar a ser grandes líderes, gozar de una buena relación laboral, tener sus propios negocios, logran comunicarse efectivamente con todas las personas, y su ambiente le traerá gran confort.

3.1 Principios básicos de la comunicación asertiva

Para lograr la comunicación asertiva debemos tomar en cuenta lo siguiente:

- **Ser directo:** Significa que debemos transmitir nuestros sentimientos, creencias o necesidades en forma clara.
- **Ser honesto:** Significa que debemos expresar lo que verdaderamente sentimos, opinamos o preferimos, sin menospreciar a nadie u ofender.
- **Ser apropiado:** Esto se refiere a que debemos buscar un espacio, tiempo, grado de firmeza o frecuencia para comunicarnos con las demás personas.
- **Mostrar una postura correcta en el lenguaje corporal:** Es decir, no mirar con enojo, no mover la cabeza disgustadamente de un lado hacia el otro, fruncir las cejas, entre otros.
- **Tono de voz:** Utilizar un tono sereno de voz, no alto ni bajo, llegar a un equilibrio para que el receptor del mensaje pueda comprender la información que le queramos dar.
- **Mantener un contacto directo a los ojos:** Significa que debemos mirar a los ojos de la otra persona al momento de comunicarnos con ella. Evadir el contacto visual nos da una postura de inseguridad y de no asertividad.

3.2 Estilos básicos de la comunicación

• Estilo pasivo o no asertivo:

Es cuando una persona muestra una conducta sumisa o pasiva, cuando considera que los intereses de las otras personas prevalecen sobre los de ellos, cuando opina que los demás tienen derecho y ellos no. No muestran respeto por sus propios derechos y necesidades.

Muestran una actitud desinteresada o tímida al momento de manifestar sus opiniones, pensamientos, necesidades, sentimientos, deseos, etc.

Podemos decir que este tipo de personas raramente son expuestas al rechazo directo por parte de los demás, pero son constantemente abusadas.

En muchas ocasiones las personas pasivas se sienten heridas, frustradas, infelices y heridas. Muestran una conducta retraída e inhibida, lo que los limita a tomar decisiones propias.

• Estilo asertivo:

Es cuando la persona expresa sin temor y libremente sus opiniones, defiende sus propios intereses, y consigue que los demás no se aprovechen de ella.

La persona asertiva utiliza varios métodos para comunicarse, manteniendo respeto por sí misma, es constante para lograr satisfacer sus necesidades, defiende sus derechos y espacio personal, no abusa ni domina a los demás.

Estas personas muestran confianza, son sociables, se sienten bien consigo mismos, son emocionalmente expresivos, y pueden tomar decisiones acertadas por sí mismo.

• Estilo agresivo:

Una persona agresiva expresa sus opiniones, necesidades, ideas, pensamientos, sentimientos, deseos y creencias de una manera inadecuada.

No respeta los derechos de las otras personas, y mantiene los suyos a costa de los demás. Generalmente utiliza las frases: “esto es lo que yo quiero”, “de esta forma hay que hacerlo”, “no me interesa lo que opines”, entre otras,

Además, las personas agresivas humillan y desprecian a los demás, son beligerantes, explosivos y hostiles. Siempre intervienen inadecuadamente en las decisiones de los demás.

4. Características de la persona que se comunica asertivamente

Las personas que se comunican asertivamente tienen las siguientes características:

- Logra comunicarse con mayor facilidad y libertad con cualquier persona, inclusive con las que no conozca, se caracteriza por ser directa, franca, abierta y adecuada.
- La persona muestra respeto por sí misma, acepta sus limitaciones, desarrolla una buena autoestima, tiene siempre su propio valor, se aprecia y quiere tal como es.

- Tiene un enfoque activo en su vida, pues sabe y lucha por conseguir lo que quiere, hace lo necesario para que las cosas sucedan, no espera pasivamente a que sucedan. Se la puede definir como proactivo.
- Establece límites entre las demás personas, acepta o rechaza a quiénes considera mantener en su vida.
- Puede manifestar libre y emocionalmente sus ideas, sentimientos, opiniones, creencias, vivencias, etc., sin mostrar una actitud agresiva y destructiva.
- Siempre cumple las promesas que hizo, es el motivo por la cual las personas que la rodean siempre confían en ella.
- Siente paz consigo misma y con todo lo que le rodea. Cada vez que tiene que enfrentar un nuevo reto lo hace de una forma positiva, gracias a su actitud de firmeza, confianza y respeto, logra reconocer sus propias limitaciones.
- Tiene la capacidad de escoger libremente su acción.
- Logra desarrollar competencias como la comunicación, empatía, la escucha activa y la integridad.

5. La comunicación asertiva y la educación

En toda instancia del acto educativo la comunicación es un aspecto central, no sólo cuando los docentes y estudiantes están en el aula, sino también en la relación entre compañeros ya sea de clase o trabajo, en sí integrando a toda la comunidad educativa en general.

Cada vez se hace más frecuente observar que los docentes muestran dificultad al momento de motivar a sus estudiantes, a la hora de resolver conflictos, al dialogar con los padres o representantes legales, en tomar decisiones individuales o grupales con sus demás compañeros de trabajo.

Si todos los miembros de las instituciones educativas conocieran las técnicas de comunicación asertiva, mejorarían su vida diaria, aumentaría el rendimiento laboral, mejorarían las relaciones interpersonales y bienestar.

En muchas ocasiones las instituciones educativas no logran tener una comunicación asertiva efectiva entre sus miembros, esto se da por muchas circunstancias que influyen dentro de la comunicación, muchas veces porque el receptor, sea un estudiante, docente o padre de familia, no interpreta el mensaje con la intención que el emisor le gustaría.

El desarrollo de la comunicación asertiva como recurso del docente permite que puedan mejorar su ambiente laboral, así como sus relaciones interpersonales. En el proceso de enseñanza – aprendizaje logrará que sus estudiantes:

- En lo cognitivo: ayuda a descubrir y rechazar ideas irracionales con respecto a relaciones sociales, a crear y fomentar un sistema de pensamiento basado en derechos asertivos.
- En lo emocional: permite reconocer y manejar sus propias emociones, con la ayuda de estrategias de autocontrol emocional.
- En el comportamiento: facilita la comunicación social y efectiva mediante el desarrollo de habilidades de comunicación o interacción con los demás.

Las instituciones educativas deben garantizar y dirigir sus esfuerzos hacia la creación de espacios donde prevalezca un clima de respeto, negociación, diálogo, consenso, bienestar, etc. Lugares donde la comunicación entre los miembros de la comunidad educativa se lleve a cabo en un ambiente democrático y de convivencia.

La creación de espacios adecuados facilitará que la comunicación asertiva canalice situaciones de agresividad y que la resolución de conflictos sea de forma positiva.

En el ámbito educacional es común la comunicación interpersonal. Cuando los estudiantes expresan sus ideas y logran que los demás comprendan, esto conlleva a un acto de autoeducación.

En este tipo de comunicación los estudiantes se convierten en emisores y receptores de mensajes.

Logran su aprendizaje al momento que existe un cambio de conducta significativa como resultado de la interacción entre el emisor y el receptor.

Haciendo referencia con lo anteriormente expuesto, cobra vital relevancia la comunicación asertiva entre los docentes y los estudiantes. Esto implica que todo docente debe considerar al estudiante como un interlocutor activo, y no como un oyente pasivo, así como se lo venía tratando en el pasado.

6. La comunicación asertiva como estrategia de los docentes

Entre las finalidades que debe tener un docente está la de crear un clima apropiado de comunicación, entendimiento y tolerancia dentro del salón de clase y en las distintas instancias del centro educativo.

Para que exista la disciplina y se desarrolle el proceso de enseñanza – aprendizaje con éxito, el docente debe iniciar el establecimiento de la interrelación entre el profesorado – estudiante.

El docente debe dedicar tiempo a la reflexión sobre su conducta personal y ofrecer a los demás una postura positiva, colaborativa y objetiva no solo con sus estudiantes, sino con todos los miembros de la comunidad educativa.

Para eliminar las posibles barreras que surgen en la comunicación entre el docente y el estudiante podemos emplear ciertos métodos o formas:

- Evitar los malos entendidos, ser consciente que pueden darse.
- Asegurarse mediante la retroalimentación que el mensaje fue comprendido.
- Reconocer las emociones y posturas de la comunicación no verbal.
- Estar atento cuando se le transfiere una información, es decir, estar pendiente de lo que se dice o cómo se dice.
- Practicar la empatía, la escucha activa y la asertividad.
- Evitar de toda manera las clases expositivas.
- Ser claros y concisos en la información que desean transmitir.
- No restringir la libre expresión de ideas, ni en beneficio ni en contra de las propias.
- Utilizar un apropiado lenguaje, sencillo y claro con los estudiantes.

En conclusión, para construir un ambiente escolar donde la comunicación asertiva sea una herramienta fundamental de los docentes, es necesario crear competencias de liderazgo, prácticas pedagógicas, relaciones interpersonales y sociales centradas en la comunicación asertiva.

Los docentes tienen la ardua tarea de dar ejemplos de comunicación asertiva, de dirigir las acciones que conduzcan a que sus estudiantes establezcan relaciones armoniosas, a promover el bienestar individual y grupal, a viabilizar la toma de decisiones de sus educandos, a respetar la individualidad y a valorar sus diferencias.

7. Comunicación asertiva dentro de la acción tutorial

En la actualidad el docente ha superado el rol de transmisor de conocimientos a los estudiantes, pues muchos ahora lo ven como la persona a quién seguir, de esta manera funge como una guía en el camino del estudiante para que pueda pensar, sentir, actuar y ser persona.

Esta situación solo es posible en el marco de la comunicación asertiva ya que no está solo llamado a dar clases sino, tener la capacidad humana, para comprender las situaciones por las que pasa el estudiante influido por las características propias de su edad y sexo.

Debe tomarse en cuenta las situaciones a comunicar de tal manera que esto sea efectivo tanto en tiempo como en sentido, nada más contraproducente que algo no dicho en su momento. La acción tutorial, más allá de compartir tiempo, también invita a involucrar sentimientos, emociones, ideas y experiencias que hacen más rica la comunicación entre los individuos involucrados.

Solo entonces se obtiene una comunicación que mejora al estudiante, que desarrolla estrategias para dar solución a los problemas académicos en que se encuentra el estudiante.

La comunicación asertiva en la tutoría implica la amplia gama de conocimientos con que el tutor cuenta más los talleres y cursos que lo respaldan y que ayudan a desarrollar la habilidad de ser tutor, además de saber discriminar los mensajes que el estudiante le da a entender directa o veladamente.

De acuerdo con Eliot (2003), “lo importante no es lo que se entregue, sino como lo recibe la otra persona, lo que implica la necesidad de tomar en consideración las posibles consecuencias que la comunicación producirá en las demás personas”.

Cuando el mensaje tiene incongruencias o poca claridad en necesario que se generen preguntas que nos permitan conocer su nivel de interés, punto de vista frente al tema y calidad de las interpretaciones. Con esto se podrá apoyar tanto en comunicación grupal o personal.

Por otra parte, cita Grant (1988) que “existen tres elementos que pueden bloquear una comunicación los cuales son: el enmascaramiento de la conducta, la interpretación y la falta de atención.”

Estamos de acuerdo con Grand, el enmascaramiento de la conducta trata de tanto por parte del emisor como del receptor dar a entender que el mensaje es percibido y comprendido en su totalidad, la interpretación trata de que el mensaje no es percibido de la manera correcta y la falta de atención trata de no prestar importancia a la persona que está emitiendo el mensaje.

La comunicación asertiva planteada desde la acción tutorial permite que se establezca una comunicación honesta con el tutorado que proporciona iguales condiciones de intercambio de información y de asimilación de la misma, permitiendo la fluidez de contenidos y sin distractores.

8. La comunicación asertiva como medida para prevenir el acoso escolar.

La asertividad, es una cualidad cuyo desarrollo amerita un entrenamiento consciente.

Mantener firmeza en las decisiones evitando la pasividad o permisividad ante los demás evitando así el atropello de nuestras ideas, sentimientos o deseos sin usar medidas agresivas.

Gracias a la asertividad aprendemos a comunicar de manera clara y con precisión nuestras ideas, haciendo respetar nuestro derecho ante los demás. Nos permite ejercer un liderazgo ya que tomamos decisiones y podemos guiar a otros de manera sencilla.

Esto no significa que no habrá diferencias, significa que con una visión clara del mundo y de las metas a seguir, además de la habilidad para comunicarlo de manera asertiva, estará presente el éxito en todas las manifestaciones de nuestra vida.

La asertividad implica expresar con claridad las situaciones, siendo objetivos y relacionados a la verdad, sin que esto implique sentir vergüenza o temor por las posiciones de los demás. Quienes usan la comunicación asertiva llevan un mejor estándar de vida pues evitan situaciones que alimentan estrés, evitan redundar en temas complicados y toman decisiones más concretas y a tiempo. Tienen mayores posibilidades de sobresalir en ambientes laborales, visión de oportunidades personales y relaciones sentimentales más adecuadas.

Esta característica es admirada en las personas y cumplen con una exigencia social y personal de trascendencia. Son personas que se muestran más justas y equitativas, respetuosas de las diferencias, comprometidas con la labor que realizan, exigentes en la medida de cada uno y ubicados en su propio contexto, con los pies en la tierra y conscientes de sus propias limitaciones.

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

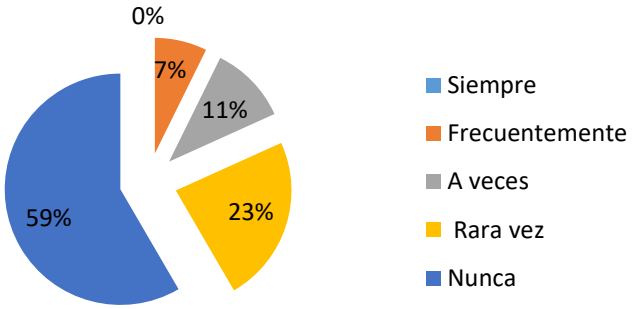
Se procede ahora a detallar las técnicas que se usaron para la recopilación de datos. Esta investigación es de tipo exploratoria y descriptiva, con análisis cuantitativo de encuestas dirigidas a estudiantes de Décimo año de Educación General Básica de una Unidad Educativa de la ciudad de Guayaquil.

Encuestas a Estudiantes

La Unidad Educativa cuenta con cuenta con 137 estudiantes en los 4 paralelos de Décimo Grado de Educación Básica.

Como se mencionó anteriormente, se utilizará la técnica de encuesta, que estará dirigida a los estudiantes, que ayudará a conocer la incidencia de acoso escolar en la población y las acciones que impulsa la institución para dar respuesta o para prevenir el mismo. Se consideró como población de estudio a todos las estudiantes del año básico por ser un grupo pequeño.

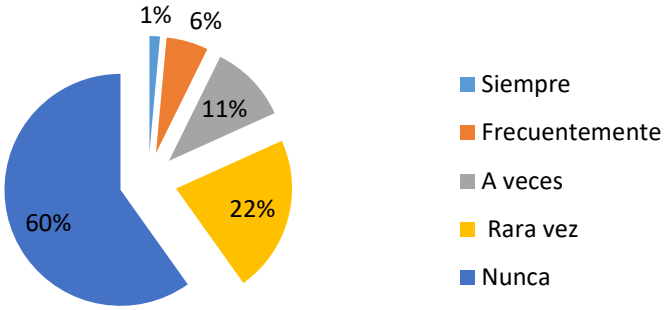
Gráfico # 1. ¿Cree usted que los docentes conocen de las agresiones recurrentes que reciben las estudiantes del curso por parte de otros compañeros?



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas a los estudiantes.
Elaborado por el autor

Los estudiantes, respondieron, en un 7% frecuentemente, un 11% a veces, un 23% rara vez y el restante 58% nunca, desprendiéndose que los profesores la mayor parte del tiempo desconocen de las agresiones que se realizan las estudiantes entre sí.

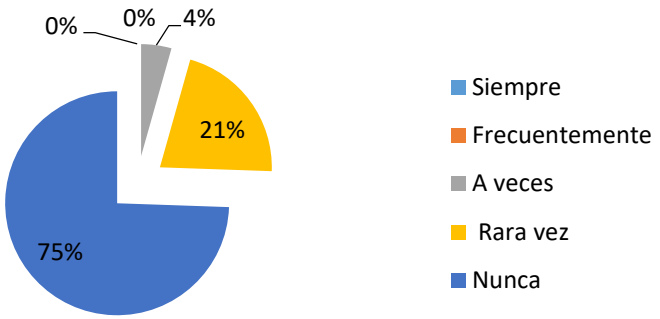
Gráfico # 2. ¿Cree usted que la mayoría de los docentes están entrenados para la resolución pacífica de conflictos entre las estudiantes?



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas a los estudiantes. Elaborado por el autor

Los encuestados, contestaron, en un 1% siempre, un 6% frecuentemente, un 11% a veces, un 22% rara vez y un 60% nunca, notándose por los porcentajes que tienen la percepción de que los docentes carecen de conocimientos para mediar en forma pacífica entre los estudiantes que utilizan la violencia.

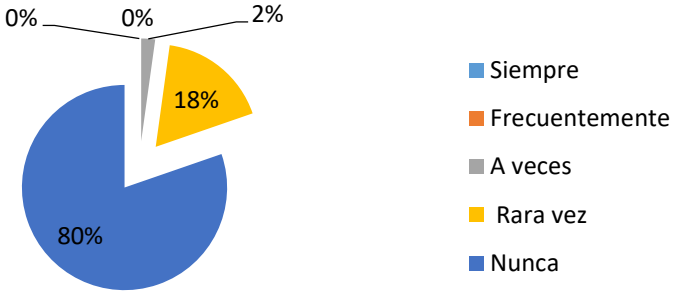
Gráfico # 3. ¿Los docentes tutores les hablan de cómo manejar situaciones conflictivas de manera pacífica?



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas a los estudiantes.
Elaborado por el autor

En la presente pregunta, los docentes contestaron, en un 4% a veces, un 21% rara vez y finalmente un 74% expresaron nunca, es decir que los profesores carecen de argumentaciones científicas para buscar soluciones pacíficas a las disputas entre estudiantes del décimo grado.

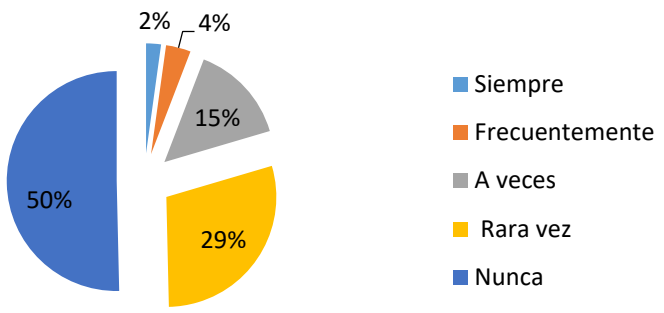
Gráfico # 4. ¿Ha recibido información de parte de sus docentes acerca de comunicación asertiva?



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas a los estudiantes.
Elaborado por el autor

Los estudiantes, respondieron de la siguiente forma: un 2% a veces, un 18% rara vez y el restante 80% nunca, observándose que los educadores carecen de conocimientos sobre asertividad comunicacional, por ello no buscan solucionar en forma pacífica los conflictos internos del paralelo.

Gráfico # 5. ¿Cree usted que le resulta fácil establecer límites con personas que muestran agresividad constante?



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas a los estudiantes.
Elaborado por el autor

En la pregunta, los profesores, contestaron en un 2% a veces, un 18% rara vez y el restante 80% nunca, es decir que entre los estudiantes existen temores por la violencia juvenil y por ello, prefieren evitar las conversaciones con los compañeros que se identifican así.

PROPUESTA

Desarrollo de talleres sobre la aplicación práctica de la comunicación asertiva, una alternativa para prevenir el bullying, dirigida a los docentes tutores y regulares del Décimo año de Educación General Básica de una Unidad Educativa de la ciudad de Guayaquil

APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

TALLER "LA COMUNICACIÓN ASERTIVA, UNA ALTERNATIVA PARA PREVENIR EL BULLYING"

TEMA: La comunicación asertiva

OBJETIVO: Delimitar y abordar el tema del acoso escolar o bullying, enmarcándolo dentro del ámbito de la sana convivencia a través de la comunicación asertiva.

NÚMERO DE DOCENTES PARTICIPANTES: 32
DURACIÓN 10 Horas presenciales (2 horas diarias)
NIVEL Educación General Básica

DESTINATARIOS Docentes tutores y de materias regulares de Décimo Grado de Educación General Básica
LUGAR Unidad Educativa de Guayaquil

FACILITADOR Psic. Christian Yong Peña

PROCESO
El taller destinado a docentes tutores y demás docentes regulares, pretende informar, concienciar y mentalizar que el maltrato entre los estudiantes es un tema al que hay que prestar atención tanto por su frecuencia como por las negativas consecuencias que produce

en las y los implicados y que la comunicación asertiva es una alternativa para prevenir el bullying.

Durante el taller se realizarán: proyección de videos, técnicas y dinámicas grupales, role-playing, entre otras técnicas.

DESARROLLO DEL TALLER

Se promoverá la reflexión individual, grupal y general respondiendo a todas las interrogantes posibles para que los docentes vayan desarrollando una serie de habilidades como por ejemplo: empatía, el pedir y prestar ayuda, solución de problemas, comunicación asertiva, autoafirmación, y toma de decisions; competencias que son necesarias para evitar y/o controlar las situaciones de intimidación entre sus estudiantes.

Se espera que los docentes puedan interiorizar los conceptos de bullying, comunicación asertiva y resolución de conflictos. Además, de analizar el perfil del agresor y la víctima, que conozcan las consecuencias negativas e irreversibles que este tema tendrá en los estudiantes; que puedan discutir o debatir sobre las medidas preventivas para el bullying.
Finalmente, comprender que es preciso estimular la comunicación asertiva entre los miembros de la comunidad educativa para que se den a conocer los casos de bullying y poder tomar acciones correctivas y preventivas en su debido tiempo.

PLAN DE CAPACITACIONES	
ESTRATEGIA	Capacitar y motivar al personal interno para abordar temas de acoso escolar con los estudiantes.
RESPONSABLE	Departamento de Consejería Estudiantil
PÚBLICO	Personal Docente de la Unidad Educativa
CANAL DE COMUNICACIÓN	Talleres Semanales.
PRESUPUESTO APROXIMADO	$900 por paquete de 5 sesiones
INDICADORES	Número de colaboradores capacitados

ACCIONES A DESARROLLAR	**Plan de capacitación:** 1. COMUNICACIÓN ASERTIVA. ¿QUÉ ES SER ASERTIVO? 1.1.- ¿Cómo podemos ser asertivos en la comunicación? 1.2.- Beneficios de la comunicación asertiva 2. CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA ASERTIVA 2.1.- Asertivos vs Agresivos 2.2.- Decálogo de la asertividad 3. ASERTIVIDAD Y MADUREZ 3.1.- El profesor Asertivo 3.2.- El estudiante asertivo 4. ESTRATEGIAS ASERTIVAS Y LA COMUNICACIÓN 5. LA COMUNICACIÓN ASERTIVA Y LA CONVIVENCIA ESCOLAR 5.1.- Comunicación asertiva para prevenir el acoso escolar 5.2.- El docente como mediador de conflictos

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El acoso escolar o bullying es un fenómeno que está presente en la unidad educativa , lo cual fue corroborado con la investigación, ya que se encontraron manifestaciones de maltrato físico y psicológico entre los estudiantes.
- Las autoridades y docentes, deben continuar desarrollando investigaciones dentro de la institución, para actuar sobre las causas que provocan la propagación del acoso escolar y mitigarlo.
- Con la capacitación que reciban los docentes tutores y docente de asignatura de décimo grado de educación básica de la Unidad Educativa y los resultados existentes, se puede afirmar que la comunicación asertiva será un medio adecuado y una excelente medida educativa que pueden aplicar todos los docentes para mejorar las relaciones interpersonales entre las estudiantes y erradicar el acoso escolar dentro de la institución.
- Aplicando los talleres de comunicación asertiva, los docentes, estarán en capacidad de desarrollar actividades para socializar lo aprendido, utilizando el diálogo como estrategia educativa para solucionar conflictos y enfrentamientos entre estudiantes logrando fortalecer la confianza entre ellos para que informen los casos de acoso escolar oportunamente.

RECOMENDACIONES

- Difundir en la comunidad educativa del plantel, la secuencia de talleres proporcionada, con la finalidad de que sea conocida y analizada por las autoridades, otros docentes,

representantes legales y estudiantes, tanto del décimo grado de educación general básica y el resto de la Unidad Educativa.

- Socializar la información referente al acoso escolar, los tipos de bullying y la comunicación asertiva, así como hacer un seguimiento exhaustivo del proceso y de los resultados de la aplicación de la propuesta, lo cual dará la pauta para prevenir esta problemática que se propaga entre los jóvenes en los centros educativos.
- Fortalecer las oportunidades que se presenten para mejorar la convivencia escolar, superar las debilidades y amenazas para que los docentes tengan más seguridad y se conviertan en agentes de mediación de conflictos a través de la comunicación asertiva.
- Finalmente, las autoridades, planificarán los próximos talleres sobre la comunicación asertiva para que se involucren a las estudiantes, padres de familia, familiares cercanos, y a todo el entorno que rodea al joven, para poder optimizar el proceso y pueda ser parte de la vida cotidiana de todos los individuos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Elliott, J. (2003) Consecuencias de la comunicacion: Cuadernos de Pedagogía. Mexico.

Gelabert Morro, M., & Lara Julián, L. (2011). Acoso Escolar (Bullying). Francia: Inrevés SL.

Gómez,E. (2013) Comunicación asertiva. Ejemplos, técnicas y estrategias: Psicologialaboral.net

Olweus, D. y Inger, E. (1998). The Importance of Sex-Stimulus Object: Age Trends and Sex Differences in Empathic Responsiveness Social Development, vol. 7, núm. 3, pp. 370-388.

Organización Panamericana de la Salud. (2002). Informe Mundial sobre la Violencia y la Salud: Resumen, Washington, Oficina Regional para las Américas de la Organización Mundial de la Salud.

Ruiz Utrilla, (2009) Definición de Comunicación: Cangurorico.com

UNICEF – WORD VISION – MINEDUC (2015). Una Mirada en profundidad al acoso escolar en Ecuador, Ecuador

LÍNEAS TEMÁTICAS:

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

INDUSTRIA Y TECNOLOGÍA

ISBN: 978-9942-960-44-3

001. ASPECTOS AXIOLÓGICOS DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN, SU INFLUENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES.

AXIOLOGICAL ASPECTS OF INFORMATION SYSTEMS YOUR INFLUENCE IN DECISION MAKING.

José Rodolfo Palacios Miranda
Estudiante de la Maestría en Sistemas de Información con Mención en Inteligencia de Negocios de la Universidad ECOTEC. Licenciado en Sistemas de Información. Guayaquil, Ecuador. josepalacios@mgs.ecotec.edu.ec

Alejandra Mercedes Colina Vargas
Universidad ECOTEC. Coordinadora de Investigación. Doctora en Educación Magister Scientiarum en Gerencia de las Tecnologías de Información y Comunicación, Ingeniero de Sistemas. Guayaquil, Ecuador. acolina@ecotec.edu.ec. Código Orcid: https://orcid.org/0000-0003-1514-8852

RESUMEN
Existen múltiples factores que inciden en las decisiones que toman los directivos y mandos medios dentro de una organización cada vez que analizan la información proporcionada por los sistemas información; estos a su vez tienen una participación dinámica en todas las áreas de las empresas y por ende proporcionan amplias y múltiples opciones desde todas las aristas para que los directivos puedan tomar lo que se consideraría una buena alternativa y que no siempre es la mejor. Entre los diversos factores que inciden en las decisiones se encuentran los valores éticos y morales de cada individuo. Este artículo se enfoca en una reflexión teórica centrada en la revisión de artículos científicos tomados de bases de datos científicas a partir de descriptores relacionados con aspectos axiológicos de los sistemas de información y su relación la toma de decisiones con los mandos altos y medios de las organizaciones. Entre los resultados de la revisión teórica destaca la existencia de elementos en los sistemas de información asociados a las cuestiones éticas que supeditan la toma de decisiones en las organizaciones como: responsabilidad social, propiedad intelectual, la privacidad, la seguridad y los delitos informáticos, que beneficien a toda la sociedad
Palabras clave: axiología, epistemología, sistemas de información, toma de decisiones, inteligencia, valores

ABSTRACT
There are multiple factors that influence the decisions taken by the directors and middle managers within an organization each time they analyze the information controlled by the information systems; These in turn have a dynamic participation in all areas of the companies and therefore widely expanded and multiple options from all sides so that managers can take what would be considered a good alternative and that is not always the best. Among the various factors that influence decisions are the ethical and moral values of each individual. This article focuses on a theoretical reflection focused on the review of scientific articles taken from scientific databases based on descriptors related to axiological aspects of information systems and their relation to decision making with high and middle managers of organizations. Among the results of the theoretical review, the existence of elements in the information systems associated with ethical issues that make decision-making in organizations such as:

social responsibility, intellectual property, privacy, security and computer crimes, which beneficiary to the whole society
Keywords: axiology, epistemology, information systems, decision making, intelligence, values

1. INTRODUCCIÓN

Los procesos de toma de decisiones son actos que se ejecutan de forma recurrente durante toda la vida y en cada momento del día. Se puede afirmar que es parte de la esencia humana el poder escoger, elegir, seleccionar, preferir u optar. A este acto se lo conoce como inteligencia y guarda estrecha relación con el conocimiento. En las organizaciones, se encuentran los sistemas de información como herramientas que proporcionan un apoyo vital a los directivos para la toma de decisiones.

Entre tanto, la misión y las funciones de las organizaciones han sido habitualmente envueltas por la preocupación de los aspectos axiológicos. Todas las acciones se plantean con miras a construir y mantener un sistema de valores deben de estar siempre apegadas en darles sentido y significado a la esencia misma de las organizaciones. Así pues, resulta crucial por parte los administradores y gerentes tener una formación en valores para que las decisiones que se tomen se enmarquen dentro de lo ético y en moralmente aceptable.

Por otra parte, es clara la evolución que han experimentado las empresas debido a los avances tecnológicos en las que los sistemas de información juegan un papel destacado proveyendo la capacidad de registrar, procesar, almacenar, producir y comunicar grandes volúmenes de información a partir de datos de cada área de las organizaciones. Al momento de tomar decisiones a partir de la información resultante de esos sistemas, se hace presente los aspectos axiológicos, sin embargo, surgen dificultades o dilemas cuando se quieren mirar los valores con el objetivo de determinar lo que es bueno o malo.

La tecnología ya ha provocado grandes cambios en el proceso de toma de decisiones en la gerencia media. La necesidad de contar con sistemas sofisticados para recopilar y filtrar la información externa y para realizar planes estratégicos, los cambios repercutirán en los niveles superiores, requiriendo mayor racionalización y profesionalización (Doval, 2008). No obstante, en la época actual los valores y principios morales quedan relegados a otras esferas lo que provoca una crisis que se vive actualmente y que desemboca en incertidumbre, desconfianza y prejuicios, por lo tanto, conviene saber si la producción de conocimiento que emergen al tomarse decisiones está sustentada en información proporcionada por sistemas de información con criterios de valores éticos y morales.

En consecuencia, el presente artículo tiene como propósito un análisis reflexivo y crítico en torno a la importancia que tienen las dimensiones éticas para la toma de decisiones en la organización, en particular cuando se desarrolla, utiliza e incorpora los sistemas de información (SI). Cada usuario de los SI de las organizaciones, tiene la responsabilidad de tomar decisiones, las cuales pueden tener una sustentación ética que deba analizarse pues va cargada de un sistema de valores que es permeado por la propia organización. En el análisis se toma como referentes los elementos axiológicos propuesto Sarabia (2014).

2.- DESARROLLO

2.1 Metodología

El presente artículo constituye una reflexión teórica en torno a categorías y elementos que conforman las dimensiones axiológicas de los sistemas de información y su influencia en la toma de decisiones. Para ello se soporta bajo una investigación exploratoria y descriptiva con el apoyo del método de deductivo, la revisión de un corpus teórico-conceptual y de

investigaciones empíricas relacionada al objeto de estudio antes mencionado, apoyadas en distintas bases de datos y revistas científicas que se tiene acceso.

2.2 Revisión teórica.

Pertinencia del término axiología

Al iniciar esta revisión teórica conviene expresar el origen de la palabra axiología. Proviene del griego *axia* que significa valor y de logos que es *estudio o tratado;* por lo tanto, se define como la disciplina filosófica que estudia el valor de las cosas. Desde la antigüedad se ha estudiado todo lo relacionado a los valores, los griegos dedicaban una parte de la reflexión filosófica a los llamados problemas de valor, tratándolos dentro de la llamada "filosofía práctica" o "conciencia práctica", comenzando por constatar intuitivamente la existencia de los valores, y sólo después se ocuparon de su análisis filosófico (Martínez, 2010).

En la vida cotidiana, el hombre aprende primero a estimar y a desestimar, a evaluar y a devaluar, en fin, a valorar, antes de tomar conciencia plena de qué es en sí el valor o determinado tipo de valor e indagar acerca del camino de su conocimiento o aprehensión espiritual y exposición teórica. De la misma manera, procedieron los griegos, con la especificidad de que la moral fue el objeto por excelencia de sus meditaciones axiológicas (Gaspar, 2017).

Durante mucho tiempo, los asuntos éticos dependían del criterio de otros, no eran autónomos. Sólo los filósofos y teólogos eran los autorizados a emitir criterios e interpretaciones de los temas morales y éticos. En la actualidad, prevalece la autonomía de cada uno entendida como la capacidad de autodeterminar sus propias acciones que le ayuden a decidir, a escoger, a evaluar, e incluso intervienen las asociaciones o colectivos de profesionales desde cada disciplina del saber.

En ese contexto, las bases esenciales de la ética la axiología y la deontología, cuyo objeto de estudio por un lado constituyen los fundamentos del deber y, por otro, las normas morales. Representan estas normas el total de deberes y obligaciones morales que tienen los profesionales de una determinada materia, conocidas como teoría del deber de negocios, ofrece gran apoyo a los directivos para la toma de decisiones (Rondón & Sarabia, 2019).

La connotación del término ética ha sido abordada por teorías filosóficas universales, las cuales se clasifican en dos grandes escuelas de pensamiento: la escuela consecuencialista, observa lo correcto de una acción dado por la cantidad de beneficios o consecuencias que surge de la acción. Entretanto, la escuela deontológica parte de la premisa que lo correcto (o lo incorrecto) de un acto está guiado por ciertas reglas establecidas. Específicamente, la opinión deontológica de Kant sostiene que cualquier acción es ética si se ajusta a ciertas reglas generales (por ejemplo, no mientas, no mates ni hagas trampas). Estas perspectivas éticas son beneficiosas dado que los individuos a menudo se basan en ambos cuando toma de decisiones (Chatterjee, Sarker & Valacich, 2015).

Un concepto más moderno de la axiología es acuñado por Múnera (2010) como aquella "ciencia que se ocupa del estudio de los valores, de la conciencia del bien y del mal. Ella define lo que es valedero, es decir aceptable, admisible, bien fundado, digno de ser creído y ejecutado" (p. 148).

Las organizaciones durante todo el tiempo han mostrado su interés y preocupación por las cuestiones éticas a tal punto que suelen estar declaradas en las misiones y visiones organizacionales. La construcción y el mantenimiento diario de un sistema de valores que dé sentido y significado a todas las acciones no deben de nunca agotarse, por lo que resulta esencial el compromiso de los directivos con la formación ética caracterizado por las buenas prácticas y la responsabilidad social (Solano, Donneys, & Sánchez, 2013).

Siendo vital el análisis filosófico de los valores para tomar conciencia de la llamada “crisis de los valores” y de los incontables problemas que acompañan a las decisiones humanas en condiciones límites en las que no todo lo que se puede hacer se debe hacer. A pesar de los innumerables logros de la razón y del humanismo, la mayoría de las sociedades se siguen plegando al poder y no al deber.

En el campo de la informática y la axiología aplicada a los sistemas es notable revisar el pensamiento siguiente:

> Preguntémosle a la ciencia desde la filosofía si está sirviendo o no para relevar el ser; si por sus actos contribuye a la expresión de esta o dominio de la naturaleza incluyendo a la humana. Éste es un sentido simple y a su vez profundo de lo que implica hacer filosofía de la ciencia, pues sería sumamente pobre el tratar de ver cómo son los objetos de conocimiento, cómo los problemas y los métodos, sin dar cuenta de una reflexión desde el sentido de trascendencia a que está obligado -en general el ser humano y en especial- el filósofo. (Vargas, 2006, p.38)

En consecuencia, se hace necesario introducirse en el campo de la epistemología y su rama filosófica la axiología para considerar si todo este bagaje de conocimientos que se está generando trae consigo aspectos morales y éticos para la humanidad. Reflexionar acerca de la influencia de los sistemas de información en los valores que regulan el comportamiento humano, si es que se tiene o no en cuenta los valores que deben regir los descubrimientos científicos y si se mira hacia el ámbito empresarial, saber si se está obrando bien con la sociedad cada vez que una empresa interactúa en la producción de conocimiento específico para la toma de decisiones con su medio circundante tanto local como internacional.

En la misma esfera empresarial, los cambios rápidos y disruptivos que se producen en ella producto de globalización, de los aspectos macro y microeconómicos, del mercado, de la organización estructural interna, entre otras, trae consigo impactos en la vida de las personas y derivan en dilemas morales y éticos.

Como parte de estos cambios, se piensa en dar soluciones a través de varias disciplinas, surgen entonces los llamados sistemas de información que no son otra cosa con un conjunto de diversos elementos que interactúan entre sí y que son operados por personas como usuarios.

Los sistemas de información y la ética profesional

El concepto de profesión en la actualidad va mucho más allá de una ocupación de un puesto en una empresa, permite obtener ingresos y un status social, puesto que en realidad es una práctica social la cual adquiere su verdadero sentido y significado en el bien o servicio que proporciona a la sociedad (Ibarra, 2015).

El comportamiento correcto del profesional de una determinada profesión está asociado a lo que se conoce como ética profesional siendo a partir de ella que e controla y regula las actividades correctas que se llevan a cabo dentro del ámbito laboral. Por tanto, la ética profesional no es más que todos aquellos actos que el profesional debe tener los cuales deben estar ligados a la moral y a valores permitiendo que el profesional sea integro en todos sus actos, una integridad basada en el respeto por sí mismo y los demás (Ariza 2016).

Toda actividad con los sistemas de información conlleva al tratamiento de cuestiones éticas y morales por lo que se hace necesario que existan criterios valorativos que permeen las decisiones ligadas a cada profesión que esté relacionada con la informática. De esta forma, se están incorporando en todas las disciplinas estos criterios basándose en (Barchini, Sosa, & Herrera, 2004).

1) La mayoría de las ciencias tienen relación con la informática, se sirven de ella para demostrar supuestos que llegan a ser aceptados como válidos por la comunidad científica.
2) Todos los desarrollos tecnológicos no son imparciales, es decir tienen en su génesis un objetivo específico que puede ser satisfacer una necesidad y crear luego otro producto de aquella necesidad satisfecha.
3) El vertiginoso avance de la Informática, su transversalidad e interdisciplinariedad multiplican los fenómenos y problemas, que la informática considera como objetos de indagación y acción, que muchas veces, invaden y cuestionan el propio campo disciplinar.

Cuando se suscita un uso no adecuado de un sistema de información, por ejemplo, surge una disyuntiva en la aplicación de criterio de valoración para determinar si es éticamente correcto o concuerda con los objetivos de la empresa en particular. Para entender esto se puede poner como ejemplo el uso de la información proporcionada por un sistema informático para beneficio personal del empleado que la obtuvo. ¿Es éticamente correcto que este empleado obtenga una información para su uso personal como puede ser para contactar a los 20 mejores clientes de la empresa para tratar de venderles un producto de su emprendimiento particular?

El uso poco ético e inapropiado de los sistemas de información ha generado serios problemas de seguridad en las organizaciones dado que la mayoría de las infracciones de seguridad son causadas por el manejo de información privilegiada a menudo deliberadamente, y con intención malévola. Sin lugar a dudas, el uso de esos sistemas por parte del directivos y personal de manera inapropiada presenta una amenaza de seguridad importante (Chatterjee, Sarker & Valacich, 2015).

Bajo estas condiciones, surgen unas amplias discusiones sobre su carácter ético y el dilema cuando se desea aplicar el criterio de valoración de si la empresa obtiene un beneficio de esos recursos que son suyos o pierde cada vez que el empleado comete este acto. Lo anteriormente expuesto conduce a la siguiente interrogante: ¿se puede determinar los principales aspectos dentro del ambiente empresarial en los que los sistemas de información fundan dilemas éticos? Para dar respuesta a esta interrogante, es necesario pasar al plano axiológico del conocimiento creado por los sistemas de información por lo que los tomadores de decisiones deben basarse en cuestiones éticas.

Proceso de toma de decisiones

La toma de decisiones se concibe como aquella actividad propia del ser humano. En general, los tomadores de decisiones son todas las personas, para lo cual se requiere un proceso de razonamiento constante y focalizado para tener decisiones acertadas, incluye además varias disciplinas como la filosofía del conocimiento, la ciencia y la lógica, y por, sobre todo, la creatividad (Amaya, 2010).

En todo acto libre existe interacción de inteligencia y voluntad. Existe libertad en el acto cuando es voluntario, no obligado y la razón interviene en esto. Las decisiones nacen de la voluntad impulsada por la inteligencia; la voluntad no puede procurar nada si no se lo presenta antes el intelecto. La inteligencia no domina a la voluntad, sino que muestra a la voluntad su objetivo. Este juicio es de particular importancia para el tema de la decisión, pues ésta requiere de todo el proceso, ya que la voluntad es la que decide (Soto & Cárdenas, 2007).

El proceso inicia con un objeto sobre el que se desea aprehender, luego se formula un juicio sobre el deseo de ese objeto para sí mismo. Continúa la deliberación para alcanzarlo y se determina los medios adecuados para llegar a él y la voluntad los escoge. Se concluye que todo este proceso requiere uso de inteligencia y de voluntad conjuntamente.

Al ser la decisión un acto propio de la inteligencia y la voluntad, las decisiones que tomen los directivos deben estar fundamentadas en una profunda investigación de los elementos de cada caso. Los tomadores de decisiones pueden tener muchos conocimientos, pero si su voluntad no ha sido forjada por virtudes, entonces estas estarán influenciadas por vicios personales como caprichos, deslealtad, debilidad, engaños, entre otros. La voluntad en los directivos requiere educación con la formación de virtudes y buenos hábitos sin los que sería imposible actuar bien, de modo eficiente y productivo, es decir, de modo ético.

El directivo nunca debe incurrir en la práctica de actividades que pongan en tela de juicio su honor, su responsabilidad, integridad, honestidad u otros aspectos personales que puedan perturbar su vida profesional y a la empresa donde labora. Este profesional independiente de la carrera o profesión, debe poseer un carácter que articule la libertad con la responsabilidad de realizar sus funciones de la mejor forma, donde el carácter debe estar alineado con la moral y los comportamientos con valores éticos, para el beneficio personal y de la empresa (Ariza, 2016).

Se comprueba entonces que la acción humana requiere la educación y la voluntad. Ningún hombre sensato piensa que es innecesario educar la inteligencia, pero a veces parece que la voluntad no requiere educación. El tomador de decisiones debe tener muy claro que para actuar correctamente necesita educar la voluntad con la formación de hábitos o virtudes, sin los que sería imposible actuar bien, de modo eficiente y productivo, es decir, de modo ético.

Tres son los factores que influyen en las decisiones éticas, entre ellas están la intensidad ética de la decisión o grado de preocupación o interés del directivo, el desarrollo moral que haya alcanzado la organización o el personal y la definición de los principios éticos para manejar los negocios y enfrentar problemas, como referentes indispensables para comprender la conducta ética de las organizaciones y los directivos (Chiavenato, 2009).

El proceso de toma de decisiones es realmente muy complejo y puede ser estudiado desde diversas perspectivas. Existen diversos factores que influyen en la toma de decisiones ética, en el caso Konuese & Giacalon distinguen tres categorías: diferencias individuales, variables interpersonales, y variables organizacionales. Mientras que, McDevitt, R. Giapponi, C. & Tromley (2007) señalan cuatro niveles: individuales, contexto laboral, contexto organizacional, y contexto externo. La tabla 1 presenta los factores y variables que afectan la toma de decisiones según un compendio de revisión teórica por O'Fallon y Butterfield (2005).

Tabla 1. Factores y variables para la toma de decisiones

Factores	Variables que influyen en la toma de decisiones
Variables situacionales	Presión del desempeño
	Conflictos interpersonales
	Evaluación de auto-eficacia
	Tipología de problema ético (justicia procedimental y justicia distributiva)
	La influencia de la autoridad en la toma de decisiones y el comportamiento humano
	Nivel de autonomía.
Factores organizacionales	Códigos éticos
	Cultura y el clima ético
	Tipo de industria
	Tamaño de la organización
	Obediencia a la autoridad
	Sistemas de recompensa y sanciones

Fuente: elaboración propia.

Discusiones filosóficas sobre la informática

En lo referente a las cuestiones axiológicas relacionadas a los sistemas de información se encuentran puntos como la privacidad individual, el acceso o no a internet conocido como brecha digital, la seguridad, la propiedad intelectual, la responsabilidad social corporativa, los delitos informáticos, entre otros; por lo tanto, es necesario proporcionar una reflexión ética entre la axiología y los sistemas de información. Para lograr este objetivo es necesario conocer las diferentes corrientes tanto las que tienen una visión optimista y las que mantienen una posición crítica acerca del conocimiento generado por intermedio de los sistemas informáticos o las tecnologías en sí.

Es claro que existen posiciones contrarias al dilema de la eticidad de los sistemas de información y en especial de las tecnologías de la información y comunicación. En este sentido existen pensadores como Skolimowsky (1984) quien afirma: "La tecnología nos despoja sistemáticamente de resposabilidad (al delegar todo a los expertos), representa la victoria del mal. Pues si todo se nos hace, si no podemos ejercer nuestra responsabilidad, ya no somos humanos" (p 495). En definitiva se deja de ser humano cada vez que el computador va mermando la responsabilidad. En cierta medida este pensamiento tiene validez si se considera que en la actualidad la mayoría de actividades están automatizadas, sin embargo, se puede discrepar cuando esta automatización es revisada y controlada por alguien.

Existen corrientes por el contrario, a favor de los sistemas de información, como pilar del desarrollo de la humanidad como es el caso del positivismo. Es la corriente filosófica que sostiene que el conocimiento auténtico es el científico es decir aquel conocimiento que se genera producto de la aplicación del método científico. Dentro del positivismo concurren pensadores que manifiestan claramente su optimismo con respecto a los sistemas informáticos y a la tecnología en sí. Así por ejemplo está Bunge (1980) que indica que un cuerpo de conocimientos es una tecnología, sí y sólo si, es compatible con la ciencia coetánea y controlable por el método científico, y se emplea para controlar, transformar o crear cosas, procesos, naturales o sociales. Si se analiza este postulado se verá que tanto los sistemas de información como la informática generan conocimiento que puede ser considerado científico y si se penetra más, se dará cuenta que para la toma de decisiones apoyada por herramientas como la inteligencia de negocios proveerá el conocimiento que permitirá escoger el camino a seguir para obtener una ventaja competitiva.

Por su parte, Levy (1998) menciona la inteligencia colectiva comprendida como la suma de las valoraciones e impulsos individuales de cada persona. Todos saben algo pero nadie sabe todo. Llevando esto al campo que interesa tratar se puede inferir que cada sistemas de información proporciona un conocimiento específico y existe alguien, que es el ente que decide, que desea conocer las mayores variables posibles para reducir la incertidumbre en las decisiones. Cuando todos estos conocimientos individuales se ponen al servicio de todos se puede precisar una inteligencia colectiva. Es claro que el acceso a internet favorece este objetivo ya que en la actualidad se habla de la sociedad del conocimiento que no es otra cosa que permitir a la sociedad tomar medidas efectivas en base al conocimiento en general.

Sistemas de información en la actualidad

Los sistemas de informacion son considerados hoy como pilar fundamental de la estructura organizacional, parte del engranaje empresarial en donde la presencia de sistemas catalogan a una empresa como exitosa, en contraposicion a la postura de hace unas dos décadas en donde representaban el soporte exclusivo a los departamentos de cada empresa. Se debe recordar que en las empresas ante la inexistencia de sistemas de información, hacían sus procesos contables de forma manual en los libros, ahora esto es impesanble y seguramente se vería como un camino seguro al fracaso empresarial.

Los sistemas de información están ahora al mismo nivel en los departamentos contables, financiero, marketing, recursos humanos, entre otros. Todos reciben información a partir de los datos que cada departamento ingresa y esto permite a los directivos analizar con herramientas de inteligencia de negocios que faciliten la toma de decisiones en busca de la ventaja competitiva. Para Sarabia (2014), es importante tener una concepción básica de los sistemas de información para entender cualquier otra área funcional de la empresa. Evidenciandose, la importancia que ahora merecen los sistemas de información en una organización y en consecuencia todo profesional debería conocer el uso y herramientas que utilizan los sistemas de información en el área de su competencia. De esta forma conjuga el entendimiento de cada departamento con miras a formar parte del engranaje sistemático en donde pueda aportar a la formación del conocimiento.

En la valoracion de un sistema de informacion cae la eficiencia no solo debe medida con criterios de optimización de tiempo, generación de recursos financieros, aceptación y satisfacción por parte de los usuarios que lo utilizan sino también la medida en que estos

aportan a la misión y visión de las empresas y el nivel de alineación con las directrices gerenciales en busca de lograr una ventaja competitiva. Cabe mencionar, como criterio medible de la eficiencia el hecho de que provoquen un aumento del valor de la organización entendiéndose esta no como un número frío que muestra aumento de utilidades sino en el plano axiológico como valores éticos y morales que pueda darle a la sociedad seres más humanos. Junto a este criterio se debe añadir que los proveedores de servicios informáticos están llamados a satisfacer las demadas empresariales con miras a alcanzar la tan anhelada ventaja competitiva.

Tanto los sistemas de información como la información misma que ellos generan constituyen un conjunto de recursos muy valiosos para la sociedad como para las organización. De ahí la necesidad de que estos sean correctamente utilizados y aprovechados para el bien común de la sociedad al tiempo de que también cumplen con los objetivos trazados y puestos en las metas estratégicas por cada organización. Este principio lleva nuevamente al campo de la axiología al tener como brújula el bienestar de la sociedad y usar los sistemas de información para encontrar propuestas ingeniosas a la optimación de los recursos de cada vez mas escasos como las fuentes de energía, el agua o los alimentos por citar algunos.

Cada área de la empresa requiere atención y cuidado, esta labor la lleva a cabo un administrador quien se encarga de cuidar que todo funcione correctamente por lo que la información está incluida dentro de este andamiaje y al igual que las otras áreas merece un cuidado y es aquí donde los sistemas de información juegan un papel importante porque permiten analizar y comprender los datos que provienene de todas las áreas las organizaciones. No cabe duda de que con los sistemas de información se tiene un nivel óptimo de organización.

En consecuencia, al ser la información un recurso preciado del cual se pueden hacer innumerables análisis para obtener bases sólidas en las que se apoyen las decisiones, los sistemas de información junto con la inteligencia de negocios constituyen herramientas indispensables con las cuales se pueden obtener información valiosa. Con el cumplimiento de los tres objetivos de los sistemas de información propuestos por Sarabia (2014) Figura 1, se plantean una serie de retos, entre los que destacan la integracion e incorporacion en las organizaciones de herramientas de inteligencia de negocios que hacen de los sistemas de información sean un marca que les permita incorporarse a la corriente de la globalización. De igual manera, guardan estrecha relación con la axiología, el impacto social o la responsabilidad corporativa en la medida que puede certificar que los sistemas de información están siendo usados de manera ética y responsable con la sociedad.

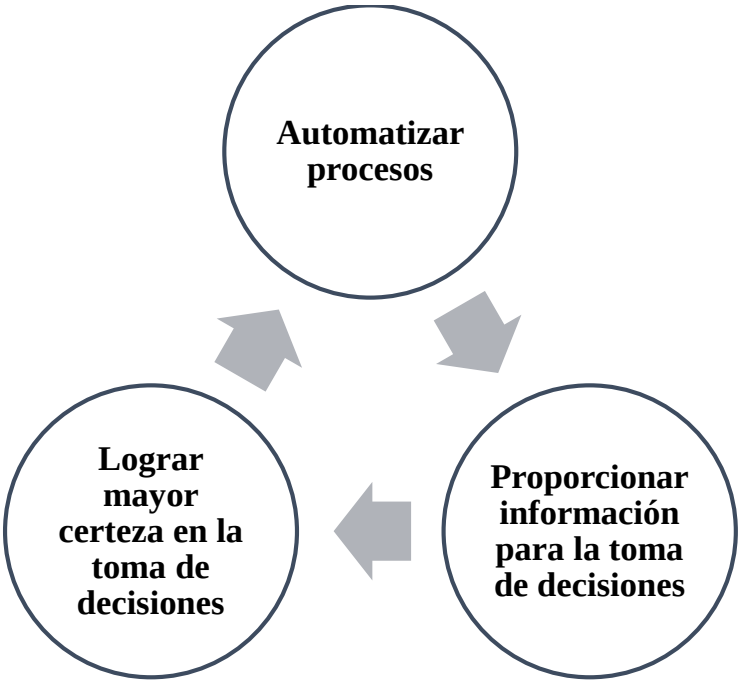


Figura 1. Objetivos de los sistemas de informacion
Fuente: elaboracion propia.

En lo referente a las decisiones que toman los administradores, estas constituyen una tarea de gran trascendencia para la organización, como una de las mayores responsabilidades, puesto que de una adecuada selección de alternativas dependerá el éxito de cualquier empresa. Hay que tomar en cuenta que toda la información interna y externa que recibe la organización está muchas veces incompleta; sin embargo, se puede reducir la incertidumbre en las decisiones si se toma en cuenta que cumple con los objetivos corporativos por lo que se afianza la existencia de un proceso de aprendizaje de carácter empírico.

Consideraciones axiológicas en la toma de decisiones

Con el objetivo de determinar las consideraciones axiológicas de los sistemas de información al momento de tomar decisiones, en este articulo se hace referencia a los resultados del estudio realizado por Sarabia (2014), enfocado en los tres objetivos de los sistemas de información que fueron descritos anteriormente. Este estudio centró la recogida de informacion a ejecutivos de mandos medios y alto que fueron escogidos en función de su participación en el proceso de toma de decisiones como tarea cotidiana.

Conviene destacar dentro de los resultados de dicho estudio se muestra las caracteristicas o requerimientos de los sistemas de informacion de mayor a menor frecuencia que facilitan o apoyan el proceso de toma de decisiones medido obtenido a partir de la incidencia en la gestión. Se destacan:flexibilidad, comunicación interorganizacional, acceso a bases de datos, frecuencia de uso, interacción ambiental, simplicidad, interactividad, variedad de usuario y desarrollo.

A fin de garantizar el uso correcto de los sistemas de informacion participan en su desarrollo profesionales de la ingeniería, con un desempeño en palabras de Sommerville (2011) sujeto a un marco social y legal que limita la libertad del que trabaja con las tecnologias de información, pues prevalecen responsabilidades mayores en la aplicación de habilidades

técnicas. Se rigen entonces, por normas y estándares de honestidad e integridad en aquellas áreas donde los estándares de comportamiento aceptable no están acotados por la legislación, sino por la responsabilidad profesional dictaminada en el código de conducta profesional o código de ética de organismos como la Association for Computing Machinery (ACM) y el Instituto de Ingenieros Eléctricos y Electrónicos (IEEE).

Entre tanto, los aspectos propios que condicionan o moldean el actuar de los "administradores" a partir de criterios o dimensiones medidos a partir de la incidencia directa al momento de tomar deciisones se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2

Condicionantes propias de los tomadores de decisiones

Dimensión	**Incidencia directa**
Ontológica	Autoconcepto, metas personales, mecanismos motivadores, personalidad.
Axiológica	Sociedad, grupos, personas, religión, cultura
Social entorno inmediato	Grupo de pares, entorno familiar
Organizacional	Cultura, clima organizacional, sistemas de control, políticas, metas
Deontológicos	Código de conducta, requerimientos de licencias o certificaciones, lineamientos gremiales.

Fuente: Adaptado de Sarabia (2014)

Se requiere a partir de las condicionantes propias presentadas, hacer referencia que las dimesiones que permean la toma de decisiones no sólo inciden los aspectos propios de cada directivo o personal sino que convergen los lineamientos éticos y sociales de entorno general de los sistemas de información, el cual Rondón & Sarabia (2019) señalan como las organizaciones están conformadas de personas, en ellas existe un procedimiento aceptado, a través del cual se toman las decisiones, las decisiones no son tomadas por cada uno de los miembros de la organización, sino en su conjunto, brindandole una especial atención a la tecnología de información con sus impactos a la sociedad.

Otros autores por su parte plantean que con el uso de las tecnologías existiran instancias en las que los sistemas de informacion planteen alternativas siendo una persona (usuario) la que tiene que elegir, sus decisiones van cargadas de un margen de discrecionalidad en el que aparecen valores e intereses personales, con el propósito de preservar: en primer lugar, las condiciones de trabajo de los integrantes de la empresa; en segundo lugar, la supervivencia de la organización como fuente generadora de trabajo y de riqueza; y en tercer lugar, los valores de la comunidad en su conjunto (Doval, 2008).

Los elementos axiológicos involucrados en el uso de los sistemas de información al momento de tomar decisiones éticas se resumen en la Tabla 3

Tabla 3
Elementos axiologicos de los sistemas de información

Ámbito	Aspecto	Influencia
Responsabilidad social	Ocupación	Media
	Humanización	No influye
	Condición laboral	Baja
Propiedad intelectual	Patentes	No influye
	Derechos de autor	No influye
	Secretos industriales	No influye
Privacidad	Violación de la privacidad	Media
	Supervisión por computador	No influye
	Duplicación computacional	Alta
	Archivos personales no autorizados	Media
	Identificación de emisor	
	Internet	Baja
	Correos corporativos	Muy alta
		Media
Seguridad	En los datos	Baja
	En los procesamientos	No influye
	En las instalaciones	Baja
Delitos informáticos	Espionaje	No influye
	Uso indebido del hardware	Baja
	Engaño	Media
	Programas dañinos	Alta
	Autorización	Media
	Uso indebido activo	Alta
	Uso indebido pasivo	Alta

Fuente: Adaptado de Sarabia (2014)

Observando en detalle los elementos axiológicos mencionados, se tiene a la responsabilidad social en primer lugar, con el impacto de las tecnologías de información sobre el empleo articulado con la ética desde la visión de uso de las tecnologías para aumentar la productividad del empleado en el campo de la ocupación. Las tecnologías de información optimizan la calidad de la condicion laboral, asi como tambien incluye lo relacionado con la ergonomía, la cual tiene como meta fundamenal el diseño de ambientes de trabajo saludables, cómodos, agradables y seguros incrementando la productividad.

Otro de los aspectos considerados en el presente articulo está el referente a la propiedad intelectual, describiendose con valores bajos probablemente a partir del auge de la tecnología de información en la actualidad, lo cual ha dificultado la protección de la propiedad. Dentro de los elementos a destacar resalta el internet, dado las vulnerabilidades asociada al posible irrespeto a la propiedad intelectual, como consecuencia de la facilidad de copiar o distribuir cualquier tipo de información. Los tomadores de decisiones no sienten el compromiso de respetar quizás por desconocimiento o por falta de una cultura de no piratería. Es conveniente mencionar que, una forma de ir aumentando en los profesionales informático el respeto a la propiedad intelectual es exigir a los parlamentos el tratamiento de leyes más estrictas y la inclusión de contenido académico relacionado a este tema en las universades como materia dentro de su malla curricular.

Continuando con la privacidad, es un derecho de todos los individuos el no ser invadidos en asuntos privados. Esta problemática se presenta cuando los datos de identificación de las personas son recopiladas sin la autorización expresa y luego divulgados, lo que deriva en una clara violación a la privacidad. Otro tema relevante es el relacionado con la duplicación computacional que se da por ejemplo cuando los bancos o entidades financieras proporcionan la información de sus clientes a las tarjetas de crédito para que estas ofrezcan servicios. Evidenciandose con este proceder un carácter no ético en lo absoluto. Dentro de la privacidad, también se encuenta el uso de Internet en donde los internautas intercambian información durante su navegación en sitios y servicios en línea aparentemente de manera privada debido a la sensación de anonimato que se tiene.

Otro aspecto que se tiene en cuenta para la privacidad son los correos corporativos que la empresas asignan a los empleados bajo la discrecionalidad de cada uno sin embargo existen los controles que se hacen a las actividades lo que para muchos constituye en clara violación a la privacidad. Dentro de las organización se deben establecer politicas y procedimientos que garanticen el derecho de cuidar el buen uso de los recursos corporativos entregados a cada colaborador, incluyendo la revisión de la correspondencia electróncia o las visitas a los sitios web durante la jornada laboral.

Por su parte, los delitos en los que destacan: el uso indebido del hardware, programas dañinos, uso indebido activo y uso indebido pasivo, están en aumento durante los últimos años y cada vez más se hacen comunes en las organizaciones a tal punto que evolucionan con tal rapidez que se dificulta detectarlos de forma preventiva, son díficiles de demostrar ya que las pruebas no siempre están disponibles además de que se pueden ejecutar en tiempos muy cortos lo que no da lugar a detecciones.

En otro orden de idea, el trabajo presentado por Sarabia(2014) gira entorno a las consideraciones éticas en el uso de los sistemas de información, sin embargo deja de un lado los elementos axiológicos a tomar en cuenta en el proceso de desarrollo donde las decisiones técnicas llevan a deficiencias en el diseño de software, causadas principalmente por problemas éticos de la profesión. Se observa una conducta irresponsable y criticable moralmente por descuidos y omisiones en el desarrollo de sistemas de información, por la poca atención a la seguridad informática, errores en el código de los programas, pruebas incompletas, análisis insuficientes y a la vulnerable privacidad de la información (Carrazana, 2014).

4. CONCLUSIONES

Sin lugar a dudas, existe complejidad e incertidumbre cuando se señalan los aspectos éticos de los sistemas de información en la organizaciones lo que lleva a reflexionar acerca de los valores y conductas que, incorporados a la vida diaria, permiten asumir responsabilidades de manera efectiva con respeto al entorno empresarial y social en que se desenvuelven los tomadores de decisiones. El respeto a todo el entorno organizacional como lo son: clientes, proveedores, empleados, la sociedad en general, llevará a todos a ser más humanos aún cuando parecería que no existe relación alguna entre los sistemas de información y los aspectos morales y éticos. Por el contrario, quedó demostrado a partir de la revisión teórica-conceptual la existencia de puntos comunicante en los sistemas de información que atañen cuestiones éticas como la responsabilidad social, la propiedad

intelectual, la privacidad, la seguridad y los delitos informáticos entre otros. Destacando que, los principios y valores son la base de un comportamiento ético que beneficia a toda la sociedad.

Los profesionales de las tecnologías de la información y de la informática como rama de la ciencia, no están exentos de estos dilemas éticos, siendo así uno de los documentos referentes el código de ética profesional actualizado en el año 2018 la ACM. Cada uno puede escoger, consciente y deliberadamente, entre alternativas de acción y esa elección viene acompañada de consecuencias. La responsabilidad es un necesidad, una exigencia moral que transita todo pensamiento humano. Este compromiso se ha vuelto hoy mas exigible ya que ha de estar a la altura del dominio que tiene el hombre a consecuencia de los progresos en la sociedad tecnológica. Los profesionales informáticos requieren educación con la formación de virtudes y buenos hábitos sin los que sería imposible actuar bien, de modo eficiente y productivo, es decir, de modo ético.

No obstante, aún cuando existe un código deontológico universal o general a las ciencias de la computación, se deben aplicar criterios axiológicos en todas las esferas como analista, diseñador, desarrollador, auditor, comunicador o educador entre otros. Resulta para todos un compromiso inevitable para la sociedad a la cual presta sus servicios, una actividad que debe basarse en principios éticos y morales. Se requiere concientizar a todos los involucrados en el ciclo de vida de los sistemas de informacion sobre las responsabilidades para con la sociedad, están en el deber de adquirir una preparación técnica sólida. Aunque los conocimientos y habilidades técnicas son importantes, la formación ética y los valores morales son determinantes en la toma de decisiones técnicas para elaborar productos de alta calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amaya A., J. (2010). Toma de decisiones gerenciales. Métodos cuantitativos para la administración. ECOE Ediciones.

Ariza E., J. (2016). La ética profesional con respecto a la toma de decisiones de la alta gerencia en la administración de las empresas. Universidad Militar Nueva Granada. Colombia.

Barchini, G. E., Sosa, M., & Herrera, S. (2004). La informática como disciplina científica. Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales, 1.

Bunge, M. (2000). Epistemología. México: Siglo XXI editores.

Carrazana, E. (2014). Dilemas en el desarrollo de software: un enfoque ético. Universidad de la Habana.

Chatterjee, S., Sarker, S. & Valacich, J. (2015) The Behavioral Roots of Information Systems Security: Exploring Key Factors Related to Unethical IT Use, Journal of Management Information Systems, 31:4, 49-87, DOI: 10.1080/07421222.2014.1001257

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones. Segunda edición. McGraw Hill.

Doval, 1. (2008), La ética en la toma de decisiones, la consideración de los valores mediante la acción comunicativa, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas

Levy, P. (1998). Construir la inteligencia colectiva. En Internet el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación. Madrid: Alianza.

Martínez, J. (marzo de 2010). Contribuciones a las Ciencias Sociales. Obtenido de http://www.eumed.net/rev/cccss/07/jamg3.htm

Múnera, P. (2010). Hacia una Axiología Compleja en la Organización. FISIEC-Estrategias, 145-179.

O'Fallon, M. J. y Butterfield, K. D. (2005) A Review of the empirical ethical decision Making literature:
1996-2003». Journal of Business Ethics, 59, 2005, pp. 375-413

Ramírez, A.. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual. Anales de la Facultad de Medicina, 70(3), 217-224.

Rondón Rey, S., & Sarabia, L. (2019). La Ética gerencial en las organizaciones farmacéuticas venezolanas. Una aproximación teórico-axiológica. Teorías, Enfoques Y Aplicaciones En Las Ciencias Sociales, 11(24), 53-71. Recuperado a partir de https://revistas.ucla.edu.ve/index.php/teacs/article/view/2207

Sarabia, L. (2014). Elementos Axiológicos de los Sistemas de Inforamción orientados al profesional de la Administración como tomador de decisiones. TEACS, 81-109.

Skolimowsky, H. (1984). Freedom, Responsibility and The information Society. Vital Speeches 50, 495.

Solano-Brenes, A. (2004). Toma de decisiones gerenciales. Revista Tecnología En Marcha, 16(3), pág. 44-51. Recuperado a partir de https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_marcha/article/view/1467

Solano, O., Donneys, F., & Sánchez, X. (2013). La ética, aspectos clave en los sistemas de información y la informática. Libre Empresa, 155-164.

Sommerville, I. (2011). Ingeniería de software (9a. edición). Madrid Editorial Pearson

Soto, E., & Cárdenas, J. (2007). Ética en las organizaciones. México, D.F.: McGraw-Hill.

Stephen B. Knouse y Robert A. Giacalone (1992) Ethical Decision-making in Business: Behavioral Issues and Concerns. Journal of Business Ethics, nº 11, pp. 369-377
Vargas, G. (2006). Tratado de Epistemología. Bogotá: Sociedad de San Pablo.

002. METODOLOGÍAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS: UN MAPEO SISTEMÁTICO DE LA LITERATURA

Methodologies for the implementation of business intelligence projects: a systematic mapping of the literature

Marcos Antonio Espinoza Mina.
Universidad Ecotec, Docente Facultad de Ingenierías. Ingeniero en Sistemas, Magister en Negocios Internacionales, Doctorando en Administración de Empresas UCA. Ecuador, mespinoza@ecotec.edu.ec

Madeline Doménica Espinoza Gallegos.
Universidad UIDE. Ecuador, maespinozaga@uide.edu.ec

RESUMEN

La inteligencia de negocios (BI) está siendo muy utilizada para lograr competitividad empresarial, por lo cual se busca en este artículo conocer las metodologías más usadas para su implementación. Para llevar a cabo esta investigación se recurrió al mapeo sistemático de literatura, las bases de datos consultadas para la extracción de la información fueron: EBSCOHOST, IEEE, ERIC y ACM. Se trabajó con trece artículos que cumplían con todos los criterios definidos previamente. Las preguntas planteadas han sido contestadas, por lo cual se llegó a establecer las metodologías más usadas para la implementación de proyectos BI, siendo la de Kimball la principal. Se identificaron también las herramientas tecnológicas que han servido para apoyar la implementación de BI; y adicionalmente se determinaron las áreas a las se dirigieron los trabajos en inteligencia de negocios.

Palabras clave: metodologías, inteligencia de negocios, Kimball, herramientas tecnológicas.

ABSTRACT

Business intelligence (BI) is being widely used to achieve business competitiveness, so this article seeks to know the most used methodologies for its implementation. To carry out this research, systematic mapping of literature was used, the databases consulted for information extraction were: EBSCOHOST, IEEE, ERIC and ACM. We worked with thirteen articles that met all the previously defined criteria. The questions raised have been answered, so the most used methodologies for the implementation of BI projects were established, Kimball being the main one. The technological tools that have been used to support the implementation of BI were also identified; and additionally the areas to which the work in business intelligence were directed were determined.

Key words: methodologies, business intelligence, Kimball, technological tools.

1. INTRODUCCIÓN

Business Intelligence (BI), inteligencia de negocios o inteligencia empresarial, se refiere a la utilización y procesamiento de datos internos y/o externos de una empresa, para facilitar la toma de decisiones dentro de la misma. Se considera también como BI al conjunto de métodos y técnicas a través de las cuales se pueden transformar datos y convertirlos en información útil y entendible para las organizaciones. Lo más crítico en BI es resolver cómo transformar los datos primarios para dar un resultado con el conocimiento necesario que permita su aprovechamiento de forma segura y total en la toma de decisiones.

Indican González, Palacios, & Perea (2017) que BI es una herramienta informática empresarial sobre la cual se sustentan ventajas competitivas en diversas compañías de clase mundial, debido a que en el entorno global, altamente competitivo y cambiante, la capacidad de una organización para detectar los cambios, tomar decisiones e implementar cambios rápidamente marca la diferencia entre crecer o desaparecer; este atributo en una organización se denomina agilidad organizacional.

BI hace referencia al uso de estrategias, metodologías y herramientas que sirven para transformar datos en conocimiento, con el objetivo de mejorar el proceso de toma de decisiones en una empresa. En plena era digital, tomar decisiones bien informadas es uno de los principales factores de diferenciación de las organizaciones, por lo cual se debe evaluar el éxito de los cambios en un entorno de BI existente, lo que significa que es necesario comparar el nivel de satisfacción del usuario (Dedić & Stanier, 2017).

Para las personas encargadas de BI, ya sean con experiencia o sin ella, el tema de la metodología es la parte medular para su implementación. Muchos expertos toman como referencia las metodologías de Kimball, Inmon, entre otras. También se presentan muchos otros versados que diseñan sus propias metodologías partiendo de alguna de las corrientes mencionadas o que sean afines a la herramienta o tecnología seleccionada. Las compañías tienen la posibilidad de adquirir sistemas de almacenamiento y procesamiento de información, estos les permitirán analizar los datos y obtener conocimiento inteligente y útil para mejorar los procesos comerciales del negocio. La metodología para BI sirve para dar un mayor grado de certidumbre a que un proyecto se cumpla, así como los objetivos trazados y dentro del tiempo convenido.

Un ejemplo de la aplicación de BI lo plantea Llorance (2017), quien comenta que debido al riesgo y las posibles consecuencias negativas de no cumplir con los estándares estatales de éxito vinculados a la financiación, las universidades emplean nuevos modelos estratégicos de BI para rastrear y mejorar sus resultados; este experto exploró el proceso de implementación y su impacto del nuevo modelo en una Facultad y el personal de la Universidad.

Se puede decir que BI proporciona las condiciones necesarias para la innovación en la organización al proporcionar datos, conocimientos e información. Por lo tanto, el conocimiento necesario para coordinar con los cambios, las transformaciones y la innovación se proporciona utilizando el sistema de BI en la organización, según Eidizadeh, Salehzadeh, & Chitsaz Esfahani (2017).

En este artículo se presentan los resultados de un mapeo sistemático de la literatura realizado con el propósito de conocer las características (años, base de datos, país, tipo de documentos) de las publicaciones en lo referente al tema de las metodologías para la implementación de proyectos de BI. El trabajo realizado está estructurado de la siguiente manera: en la sección 2 se describen la metodología y las preguntas de investigación; en la sección 3 se detallan los resultados; la discusión es presentada en la sección 4, y finalmente se dan las conclusiones.

2. METODOLOGÍA

El presente estudio utilizó como metodología de trabajo el mapeo sistemático, el cual es un método útil para construir clasificaciones y obtener información sobre el conocimiento existente en una temática específica; por tanto, permite identificar los vacíos y las necesidades en un área determinada, con lo que se acerca a la definición de un nicho de investigación pertinente. Los mapas sistemáticos ofrecen una visión general y completa de un área y también se pueden utilizar como un inventario para los documentos (Petersen, Vakkalanka, & Kuzniarz, 2015). Señalan Kitchenham, Budgen, & Pearl Brereton (2011) que un estudio de mapeo generalmente apunta solo a clasificar la literatura relevante y los estudios agregados con respecto a las categorías definidas. Las categorías utilizadas en un estudio de mapeo ordinariamente se basan en información de publicación (nombres de autores, afiliaciones de autores, fuente de publicación, tipo de publicación, fecha de publicación, etc.) y / o información sobre los métodos de investigación utilizados.

El mapeo se realizó siguiendo las etapas propuestas por Petersen (2015), siendo estas las siguientes:

1. Definición de las preguntas de investigación.
2. Búsqueda de artículos.
3. Selección de estudios.
4. Clasificación de los resultados de los estudios.
5. Extracción de información.

Para este estudio se plantearon dos macropreguntas para resolver el mapeo:

1. ¿Cuáles son las características (años, base de datos, país, tipo de documentos) de las publicaciones en lo referente al tema de metodologías para BI?
2. ¿Cuáles son las metodologías para la implementación de proyectos de BI?

La búsqueda se realizó en las bases de datos EBSCOHOST, IEEE, ERIC y ACM. Las palabras clave y la cadena de búsqueda fueron: “business intelligence OR data warehouse OR ETL AND methodology”.

La búsqueda se limitó a artículos de publicaciones académicas que revelaron texto completo desde el año 2015 y que contuvieran las palabras clave mencionadas anteriormente. En la primera búsqueda se encontró un total de 235 artículos potencialmente útiles, pero al aplicar los criterios de tipificación (inclusión y exclusión) establecidos por el equipo investigador, finalmente 13 los cumplieron. Al realizar una evaluación general de los artículos expuestos en las bases de datos que se utilizaron para realizar este mapeo, se evidenció que muchos

estudios se enfocan en conocer por qué y para qué deben realizar BI e inclusive efectúan evaluaciones de los medios que ellos utilizan para llevar a cabo este proceso, pero no daban respuesta a las preguntas planteadas como objetivo de este artículo. Los criterios de tipificación fueron: publicaciones arbitradas, revistas con contenidos completos y que contuvieran los términos del tesauro mencionados anteriormente. El registro de la información se realizó en la herramienta Microsoft Excel para realizar el análisis respectivo.

Para encontrar los resultados, los autores se dividieron las actividades de la siguiente manera:

- Espinoza G., encargada de mostrar resultados de la pregunta 1.
- Espinoza M., enfocado en dar respuesta a la pregunta 2.

3. RESULTADOS

El total de artículos analizados fue finalmente de 13, los mismos que cumplieron con los criterios de inclusión y no presentaron criterios de exclusión. La búsqueda se realizó entre los meses de abril y julio del año 2019. La base de datos que más artículos arrojó fue IEEE con seis artículos, donde el 2015 fue el año con mayor número de publicaciones con cinco artículos; el país con mayor número de divulgaciones fue Indonesia con tres artículos, seguido de Brasil con tres, ver tablas 1, 2 y 3.

Tabla1. Bases de datos de donde se extrajeron los artículos

Base de datos	Cant.	%
ACM	2	15,38%
EBSCOHOST	4	30,77%
ERIC	1	7,69%
IEEE	6	46,15%
	13	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. País en el que se realizó la publicación.

País de publicación	Cant.	%
ALGERIA	1	7,69%
BRASIL	2	15,38%
FRANCIA	1	7,69%
INDIA	1	7,69%
INDONESIA	3	23,08%
MALASIA	1	7,69%
MARRUECOS	1	7,69%
PORTUGAL	1	7,69%
SUDÁFRICA	1	7,69%
USA	1	7,69%
	13	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Año de publicación.

Año de publicación	Cant.	%
2015	5	38,46%
2016	1	7,69%
2017	3	23,08%
2018	4	30,77%
	13	100,00%

Fuente: elaboración propia

Dentro de los resultados encontrados en el proceso, se da a conocer que, para cumplir con la metodología de sus investigaciones, la mayoría de los autores de los trabajos evaluados recurrieron a las revisiones, se encontraron siete artículos; siguiéndole los estudios de caso, aplicado en cuatro artículos. Para un conocimiento detallado de lo expuesto ver tabla 4. Entre los estudios revisados no se encontraron estudios de mapeos.

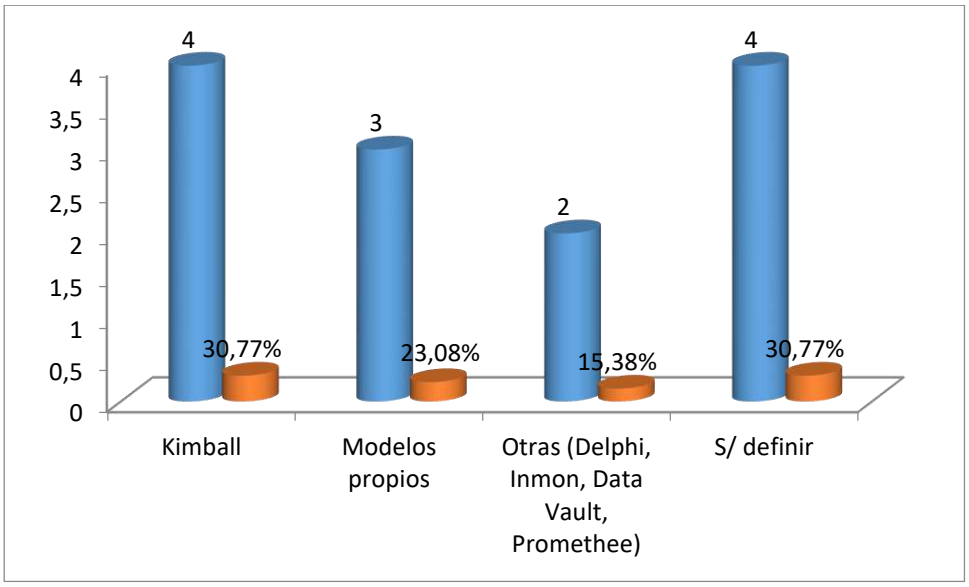
Tabla 4. Tipo de investigaciones y herramientas utilizadas por los autores.

Tipo de investigaciones y herramientas	Cant.	%
Cuestionarios	1	7,69%
Estudio de caso	4	30,77%
Evaluación experimental	1	7,69%
Revisión	7	53,85%
	13	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la pregunta 2, referente a las metodologías de BI más aplicadas, se encontró que la mayor tendencia es hacia la utilización de la propuesta de Kimball, cuya metodología se la encuentra aplicada en cuatro artículos; en tres artículos proponen modelos propios de metodologías y en cuatro artículos no las detallan debido a que hacen revisiones del nivel de satisfacción de los procesos de BI que tienen ya aplicados, ver Gráfico 1.

Gráfico 1. Metodologías para inteligencia de negocios.



Fuente: Elaboración propia

Se encontró en los artículos que las herramientas tecnológicas utilizadas para aplicar BI fueron: Striim, Open Processor, Data Warehouse, Data Mining, OLAP (procesamiento analítico en línea), OLTP (procesamiento de transacciones en línea), BusinessObjects (BO), JasperSoft, Palo, Pentaho, SpagoBI y Vanilla. En la tabla 5, se muestran los artículos con las respectivas herramientas utilizadas.

Tabla 5. Artículos en los que se presentaron las herramientas tecnológicas.

Artículos	Herramientas utilizadas
(Pareek et al., 2018)	Striim, Open Processor
(Kumar & Yadav, 2014)	Data Warehouse, Data mining, OLAP Y OLTP
(Girsang et al., 2018)	OLAP
(Brichni, Dupuy-Chessa, Gzara, Mandran, & Jeannet, 2015)	BusinessObjects (BO), OLAP
(Marinheiro & Bernardino, 2015)	JasperSoft, Palo, Pentaho, SpagoBI and Vanilla

Fuente: Elaboración propia

Los artículos revisados también muestran las áreas de aplicación a las que dirigieron sus estudios, se las agrupó como: general, organización específica y universidad; tal como se muestra en la tabla 6.

Tabla 6. Áreas de aplicación a los que se dirigieron los estudios revisados.

Aplicación del estudio	Artículo
General	(Góis, Oliveira, Colaço, & R.P. Nascimento, 2015), (Pareek et al., 2018), (Kumar & Yadav, 2014), (Yessad & Labiod, 2016), (Marinheiro & Bernardino, 2015)
Organización específica	(Hanine, Boutkhoum, Agouti, & Tikniouine, 2017), (Girsang et al., 2018), (Brichni et al., 2015), (Girsang et al., 2017), (Zahrullaili & Noordin, 2018)
Universidad	(Caio, 2015), (Calitz, Bosire, & Cullen, 2018), (Calitz et al., 2018)

Fuente: Elaboración propia

4. DISCUSIÓN

Metodologías para BI

En relación con el principal propósito del estudio, que era conocer las metodologías de implementación para proyectos de BI, los resultados revelan que la gran mayoría se enfoca en la de Kimball, con un 30.77%. Señalan Yessad & Labiod (2016), que usan la metodología de Kimball porque se opone al principio del aislamiento de los usuarios finales, de hecho, su enfoque los involucra fuertemente en las primeras etapas del proyecto, es por eso que le llaman enfoque "orientado a los requisitos del usuario", es un modelo dimensional que ofrece un alto rendimiento de consulta y es comprensible para los usuarios finales.

En su artículo Suwarni et al. (2018) indican que encontraron que la metodología de Kimball tiene nueve pasos, que son los siguientes: elección del proceso de negocio y análisis, elección de la granularidad, crear tablas de dimensiones, crear tabla de hechos, almacenamiento de cálculo previo en la tabla de hechos, redondear la tabla de dimensiones, elegir la duración de la base de datos, dimensión para cambios lentos y visualización de los enlaces relacionales dentro de las tablas de dimensiones y la tabla de hechos para una mejor comprensión en el diseño.

En los artículos revisados se encontró que el 23,08% de ellos presentan modelos propios de metodologías; según indican Zahrullaili & Noordin (2018) los modelos existentes de metodologías son genéricos, incomprensivos y carecen de herramientas para respaldar su uso práctico, por lo cual presentan una nueva estructura de modelo de madurez que incluye todos los componentes que son: factores de madurez, niveles de madurez, valores de madurez, herramienta de evaluación de madurez y directriz de mejora de la madurez.

A la vez manifiestan Brichni et al. (2015) que en su metodología propuesta, identifican los criterios de evaluación de BI según los hallazgos en otros casos de estudio, identifican y validan con los usuarios un conjunto de indicadores, medidas y dimensiones. Como resultado, diseñaron el sistema BI con su arquitectura y su modelado de almacenamiento de datos.

Entre las otras metodologías, Góis et al. (2015) muestran en su documento, una herramienta de desarrollo rápido de aplicaciones (RAD) para aumentar la eficiencia y la eficacia del desarrollo de programas ETL (Extraer, Transformar y Cargar). Una evaluación experimental del enfoque se lleva a cabo para la eficacia de la herramienta en un entorno industrial, los resultados indican que puede ser utilizado como método para mejorar el desarrollo del proceso ETL.

En el artículo de Hanine et al. (2017), señalan a Delphi modificado, que lo utilizan para seleccionar los factores más impactantes por parte de unos pocos tomadores de decisiones. El fuzzy-AHP que lo emplean para analizar la estructura del problema y obtener las ponderaciones de los criterios cualitativos y cuantitativos, incorporando los valores de incertidumbre. Luego, la técnica PROMETHEE, la cual utilizan para la clasificación óptima de las opciones del sistema alternativo.

Los investigadores del presente trabajo encontraron que otras metodologías usadas fueron las de Inmon y Data Vault. Yessad & Labiod (2016) hacen una comparación en su artículo de tres metodologías y manifiestan lo siguiente: una empresa que quiera optar por un sistema de toma de decisiones debe reflexionar profundamente sobre la metodología de desarrollo porque, como en cualquier proyecto, un sistema de decisión está expuesto a fallas. La elección de una metodología se basa en el conocimiento de la empresa y sus políticas para lograr un enfoque favorable. Kimball se prefiere particularmente si los requisitos son estables y están bien definidos. Inmon se recomienda si los requisitos no están definidos o son muy escalables; ambos enfoques enfrentan muchos problemas. Para superar estos problemas, se recomendó en el estudio revisado, el Data Vault, porque permite una flexibilidad y escalabilidad extrema.

Metodología de Kimball

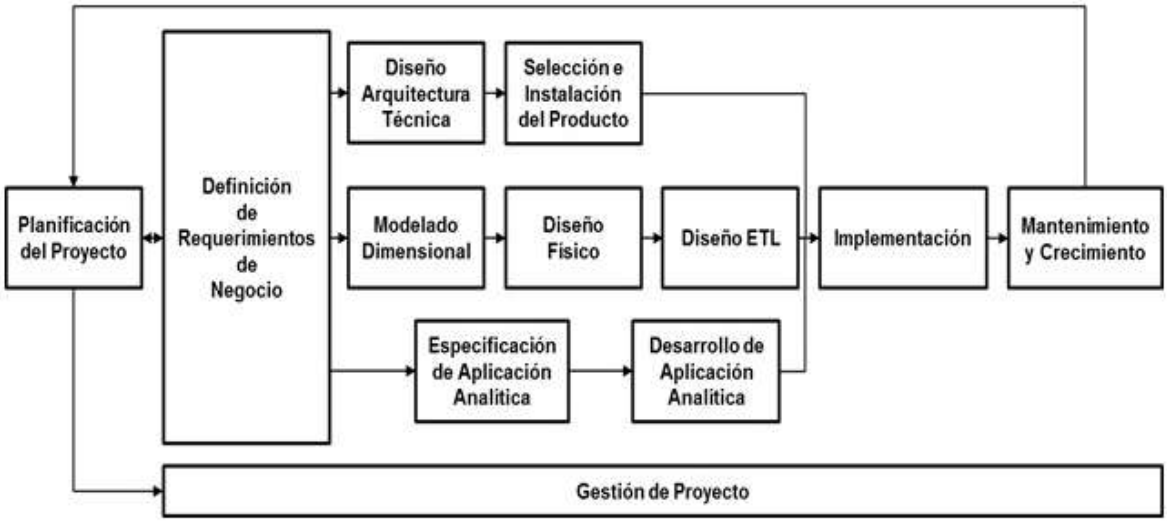
Para conocer sobre la metodología más usada al hacer la presente revisión, indican Hart & Kuo (2016) en su artículo, que el enfoque de Kimball para el desarrollo del almacenamiento de datos es una de las técnicas más exitosas en el campo de la inteligencia empresarial, este éxito se debe a la eficiencia de las estructuras de datos involucradas, la relativa facilidad con la que se pueden desarrollar esas estructuras de datos y los métodos empleados en su diseño. Esta metodología implica un enfoque singular en los procesos empresariales individuales como base para diseñar estructuras de bases de datos de informes analíticos, esto es parte de su fortaleza, pero también una debilidad, ya que no analiza cómo se interrelacionan estos procesos. La característica clave reconocible en el enfoque de Kimball es un patrón de diseño de base de datos conocido como el esquema de estrella, donde la tabla de hechos se encuentra en el centro del modelo y se relaciona con las tablas de dimensiones de forma radial. Una tabla de hechos generalmente representa un proceso de negocio o área de interés y las tablas que lo rodean representan los atributos que definen ese proceso de negocio y generalmente consta de pequeños atributos numéricos conocidos como medidas y claves foráneas para las tablas de dimensiones circundantes.

En el sitio web Kimball Group (2019), se encuentran listadas y detalladas las consideraciones a tomarse en cuenta, al construir las tablas de hechos, las mismas que se presentan a continuación:

- Estructura de la tabla de hechos.
- Hechos aditivos, semi-aditivos y no aditivos (medidas numéricas).
- Nulos en tablas de hecho (mediciones con valores nulos).
- Hechos conformados.
- Tablas de hechos de transacciones.
- Tablas periódicas de hechos de instantáneas.
- Tablas de hechos de instantáneas acumuladas.
- Tablas de hechos sin hechos.
- Tablas de hechos o cubos agregados.
- Tablas de hechos consolidadas.

En el mismo sitio web, se encuentran muchos detalles para conocer la metodología, como la presentación de su del ciclo de vida, que se ilustra en el gráfico 2, este proporciona una hoja de ruta general que representa la secuencia de tareas de alto nivel requeridas para proyectos de BI exitosos.

Gráfico 2. Metodología del ciclo de vida



Fuente: Kimball Group (2019), traducido al español.

Herramientas tecnológicas para BI

En la revisión de los artículos también se encontraron las herramientas tecnológicas que los diferentes expertos han utilizado para la implementación de proyectos de BI, es así que Pareek et al. (2018), señalan en su artículo el uso de Striim y Open processor, siendo Striim una novedosa plataforma ETL y de inteligencia de transmisión distribuida de extremo a extremo que permite un rápido desarrollo y despliegue de aplicaciones de transmisión, la cual se ha diseñado desde cero para permitir a los usuarios comerciales y desarrolladores crear e implementar aplicaciones de transmisión por secuencias. Open Processor permite a los usuarios consumir y procesar eventos de todas las entidades de almacenamiento de Striim (Streams, Windows, Caches, Event Table), ejecutar lógica de procedimiento personalizada en esos eventos y emite los eventos resultantes a una secuencia de salida.

La herramienta más utilizada es OLAP; indican Brichni et al. (2015), que les sirve para analizar, extraer y reportar la actividad de BI, ya que es utilizada y conocida por los usuarios de la organización por su eficacia, mientras que Kumar & Yadav (2014) indican que OLAP está orientado al mercado y se usa para el análisis de datos por parte de empleados del conocimiento, incluidos gerentes, ejecutivos y analistas y que el almacenamiento de datos y OLAP se han desarrollado como una de las tecnologías principales que facilitan el almacenamiento de datos, la organización y la recuperación.

Marinheiro & Bernardino (2015), indican que en el pasado el mercado de BI estaba dominado estrictamente por herramientas de código cerrado y comerciales, pero en los últimos años se ha caracterizado el nacimiento de soluciones de BI de código abierto, por lo cual el estudio de ellos evaluó y comparó las últimas versiones de las cinco suites principales de inteligencia de código abierto para negocios: JasperSoft, Palo, Pentaho, SpagoBI y Vanilla utilizando la metodología OpenBRR.

En los estudios también se mencionan los infaltables data warehouse, cuya definición es, según lo indicado por (Kumar & Yadav, 2014), un repositorio de datos especialmente

preparado y diseñado para respaldar la toma de decisiones. Los datos provienen de sistemas operativos y fuentes externas, para crear los data warehouse, los datos se extraen de los sistemas de origen, se limpian (por ejemplo, para detectar y corregir errores), se transforman (por ejemplo, se colocan en grupos temáticos o se resumen) y se cargan. Los data warehouse tienen las siguientes características: orientado al tema, integrado, de tiempo variante y no volátil.

Áreas de aplicación de los estudios revisados.

Los centros de educación superior como las Universidades fueron algunos de los sectores hacia los cuales se enfocaron los estudios revisados en la presente investigación; en su estudio Calitz et al. (2018) muestran que el uso de BI por parte de las universidades sudafricanas se encuentra todavía en un nivel bajo de madurez, que deben invertir en tecnologías de BI que puedan ayudar al proceso de informes de sostenibilidad para garantizar la satisfacción de las partes interesadas y el cumplimiento normativo, ya que las herramientas de BI pueden proporcionar información relevante y apropiada según lo requerido.

En una escuela de negocios de Bandung, a través de la BI han logrado que los datos se puedan transformar e informar de varias formas, y así permitir a los responsables de la toma de decisiones, gestionen la mejor oportunidad en el sistema de contratación electrónica (Suwarni et al., 2018).

Zahrullaili & Noordin (2018) con una nueva metodología propuesta, indican que su investigación la dirigen hacia varias agencias públicas de Malasia, donde evalúan el modelo de madurez de BI propuesto para las organizaciones seleccionadas con el uso de la herramienta de evaluación desarrolladas, es decir, factores de madurez y niveles de madurez, más los dos elementos complementarios que son la herramienta de evaluación y la guía de mejora.

5. CONCLUSIONES

Se ha podido dar respuesta a las dos preguntas objeto de este estudio, muy a pesar de que son pocos los artículos encontrados en los que indican la metodología utilizada para la implementación de los proyectos de BI.

En lo referente a la primera pregunta objetivo de este artículo se encontró que el 2015 fue el año con mayor número de publicaciones con cinco artículos, la base de datos que más artículos arrojó fue IEEE con seis artículos, donde el país con mayor número de divulgaciones fue Indonesia con tres artículos, en este mapeo se evidencia que las revisiones fue lo más aplicado en los artículos.

En cuanto a la segunda interrogante planteada, se evidencia que Kimball es la metodología de implementación para proyectos de BI más utilizada por los expertos en sus estudios presentados, le siguen las propuestas de nuevas metodologías que, en algunos casos, lo que hacen estos profesionales, es aplicar ciertos ajustes a las metodologías ya conocidas. Las otras metodologías encontradas fueron: Delphi, Inmon, Data Vault, Promethee.

Las herramientas tecnológicas son las que han servido favorablemente para llevar a cabo los procesos de implementación de BI y a la vez han permitido desarrollar y cumplir los pasos definidos por las metodologías revisadas, siendo OLAP la más usada. Se encuentran también: Striim, Open Processor Data Warehouse, Data mining, OLTP, BusinessObjects (BO), JasperSoft, Palo, Pentaho, SpagoBI y Vanilla.

Las áreas de aplicación de los estudios analizados han sido en algunos casos dirigidos hacia las empresas geoespaciales, constructoras, electrónicas, comerciales, públicas, siendo las instituciones de estudios superiores en las que más se han enfocado las investigaciones seleccionadas.

Aún hay mucho por descubrir sobre las metodologías para proyectos de BI, por lo que investigaciones futuras pueden realizarse en función de los resultados obtenidos tanto de las metodologías aplicadas como de las herramientas utilizadas, sean comerciales o de código abierto.

BIBLIOGRAFÍA

Brichni, M., Dupuy-Chessa, S., Gzara, L., Mandran, N., & Jeannet, C. (2015). Business intelligence for Business Intelligence: A case study at STMicroelectronics. 2015 IEEE 9th International Conference on Research Challenges in Information Science (RCIS), 239–249. https://doi.org/10.1109/RCIS.2015.7128885

Caio, E. (2015). Methodology for Generation of Business Intelligence Platforms to University Evaluation Committees. PROCEEDINGS OF THE XI BRAZILIAN SYMPOSIUM ON INFORMATION SYSTEMS (SBSI 2015), 9. Brasil.

Calitz, A., Bosire, S., & Cullen, M. (2018). The role of business intelligence in sustainability reporting for South African higher education institutions. International Journal of Sustainability in Higher Education, 19(7), 1185–1203. https://doi.org/10.1108/IJSHE-10-2016-0186

Dedić, N., & Stanier, C. (2017). Measuring the success of changes to Business Intelligence solutions to improve Business Intelligence reporting. Journal of Management Analytics, 4(2), 130–144. https://doi.org/10.1080/23270012.2017.1299048

Eidizadeh, R., Salehzadeh, R., & Chitsaz Esfahani, A. (2017). Analysing the role of business intelligence, knowledge sharing and organisational innovation on gaining competitive advantage. Journal of Workplace Learning, 29(4), 250–267. https://doi.org/10.1108/JWL-07-2016-0070

Girsang, A. S., Andita, E., Isa, S. M., Purnama, A., Aditya, & Samuel, F. (2017). Business intelligence for physical examination platform service reporting system. 2017 International Conference on Sustainable Information Engineering and Technology (SIET), 364–368. https://doi.org/10.1109/SIET.2017.8304165

Girsang, A. S., Isa, S. M., Saputra, H., Nuriawan, M. A., Ghozali, R. P., & Kaburuan, E. R. (2018). Business Intelligence for Construction Company Acknowledgement Reporting System. 2018 Indonesian Association for Pattern Recognition International Conference (INAPR), 113–122. https://doi.org/10.1109/INAPR.2018.8627012

Góis, J., Oliveira, I., Colaço, M., & R.P. Nascimento, A. (2015). Alternative Title: Experimentation at Industrial Setting to Improve the Effectiveness of the ETL Procedures Implementation in a Business Intelligence Environment. XI Brazilian Symposium on Information System, Goi^ania, GO, 9. Brasil.

González, J., Palacios, J., & Perea, J. (2017). La inteligencia de negocios y su rol en la agilidad organizacional. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6675988

Hanine, M., Boutkhoum, O., Agouti, T., & Tikniouine, A. (2017). A new integrated methodology using modified Delphi-fuzzy AHP-PROMETHEE for Geospatial Business Intelligence selection. Information Systems and E-Business Management, 15(4), 897–925. https://doi.org/10.1007/s10257-016-0334-7

Hart, R., & Kuo, A. M.-H. (2016). Meeting Health Care Research Needs in a Kimball Integrated Data Warehouse. 2016 IEEE International Conference on Data Science and Advanced Analytics (DSAA), 697–705. https://doi.org/10.1109/DSAA.2016.91

Kimball Group. (2019). Dimensional Modeling Techniques. Recuperado de https://www.kimballgroup.com/data-warehouse-business-intelligence-resources/kimball-techniques/dimensional-modeling-techniques/

Kitchenham, B. A., Budgen, D., & Pearl Brereton, O. (2011). Using mapping studies as the basis for further research – A participant-observer case study. Information and Software Technology, 53(6), 638–651. https://doi.org/10.1016/j.infsof.2010.12.011

Kumar, P., & Yadav, R. (2014). Review on Data Warehouse, Data Mining and OLAP Technology: As Prerequisite aspect of business decision-making activity. 1(10), 10.

Llorance, L. (2017). Community College Business Intelligence (CCBI): A Case Study at Lone Star College – Tomball Campus on a Business Intelligence Approach to Community College Challenges.

Marinheiro, A., & Bernardino, J. (2015). Experimental Evaluation of Open Source Business Intelligence Suites using OpenBRR. IEEE Latin America Transactions, 13(3), 810–817. https://doi.org/10.1109/TLA.2015.7069109

Pareek, A., Khaladkar, B., Sen, R., Onat, B., Nadimpalli, V., & Lakshminarayanan, M. (2018). Real-time ETL in Striim. Proceedings of the International Workshop on Real-Time Business Intelligence and Analytics - BIRTE '18, 1–10. https://doi.org/10.1145/3242153.3242157

Petersen, K., Vakkalanka, S., & Kuzniarz, L. (2015). Guidelines for conducting systematic mapping studies in software engineering: An update. Information and Software Technology, 64, 1–18. https://doi.org/10.1016/j.infsof.2015.03.007

Suwarni, Isa, S. M., Susena, K. C., Nugroho, E. C., Girsang, A. S., & Gunarso, D. Y. (2018). Business Intelligence for Analyzing Department Unit Performance in eProcurement System. 2018 International Conference on Orange Technologies (ICOT), 1–4. https://doi.org/10.1109/ICOT.2018.8705817

Yessad, L., & Labiod, A. (2016). Comparative study of data warehouses modeling approaches: Inmon, Kimball and Data Vault. 2016 International Conference on System Reliability and Science (ICSRS), 95–99. https://doi.org/10.1109/ICSRS.2016.7815845

Zahrullaili, M. H., & Noordin, M. F. (2018). Towards Developing a Comprehensive Business Intelligence Maturity Model for Malaysian Public Sector: Application of Mixed Methodology. 2018 Fourth International Conference on Information Retrieval and Knowledge Management (CAMP), 1–6. https://doi.org/10.1109/INFRKM.2018.8464776

003. USO DEL GPU EN EL ANALISIS DE DATOS

Autor:
Luis Enrique Espinoza Mendoza
Universidad Ecotec
Docente Titular Tiempo Completo
Msc. Ingeniero En Sistemas Computacionales
luisespinozam@hotmail.com

RESUMEN

En estos últimos años, con el crecimiento del volumen de datos en todas las áreas, no solo a nivel científico, sino también en el manejo de las transacciones y negocios por parte de las empresas, la necesidad del análisis de estos datos, paso de ser algo eventual, a una parte de las tareas que se deben realizar por parte de una empresa.

En este escenario, las computadoras especializadas son muy costosas, por lo cual se ha volcado o delegado esta carga de información a las Unidades de Procesamiento de Gráficos (GPU), las cuales han evolucionado desde ser dispositivos simples para la generación de señales de visualización, a potentes coprocesadores.

Los métodos usados en el artículo, abarcan desde el estudio bibliográfico, a la ejecución de fragmentos de códigos, con los cuales se pudo concluir, que el alcance de la tecnología de la que se habla aquí, funciona sobre computadoras del hogar, de gama baja, lo que las convertirían en centros de procesamiento de datos avanzado, abriendo un número de infinitas posibilidades, para ser usados como herramientas en la investigación y educación.

Palabras Clave:

GPU, Procesamiento, Paralelo, Procesador, Memoria, Simulación.

Abstract

In recent years, with the growth of the volume of data in all areas, not only at the scientific level, but also in the management of transactions and businesses by companies, the need for the analysis of this data, step of being something eventually, a part of the tasks that must be performed by a company.

In this scenario, specialized computers are very expensive, so this load of information has been turned over or delegated to the Graphics Processing Units (GPUs), which have evolved from simple devices for the generation of visualization signals, to powerful coprocessors.

The methods used in the article, from the bibliographic study, to the execution of code fragments, with which it could be concluded, that the scope of the technology discussed here, works on home computers, low-end , which would turn them into advanced data processing

centers, opening a number of infinite possibilities, to be used as tools in research and education.

Keywords:

GPU, Processing, Parallel, Processor, Memory, Simulation.

INTRODUCCIÓN

De una manera muy rápida, las unidades de procesamiento de gráficos (GPU) han evolucionado desde simples dispositivos para la preparación de la señal de visualización, en potentes coprocesadores que dan soporte a la CPU de varias maneras.

Desde el punto de vista de la necesidad de creación de las tarjetas de video, el cual es para correr aplicaciones gráficas super exigentes como son un juego de video 3D, pero en este desarrollo de videojuegos, cada momento es más necesario una gran cantidad de operaciones algebraicas complejas.

Esta evolución natural de estos dispositivos, es una de las razones por las cuales, en sus inicios no se usaba el término GPU, como se hace al día de hoy. Al ser procesador enfocados en aplicaciones gráficas, esto viene de la mano con disipadores, ventiladores y fuentes de poder especializadas para atender sus altas necesidades de alta disponibilidad y rendimiento.

Con este análisis, se comprende que, en términos de rendimiento máximo, el hardware de gráficos ha superados a los CPUs de varios núcleos de última generación.

La cantidad de datos científicos se duplica aproximadamente cada año. Al mantenerse este ritmo con la explosión de datos exponencial, hay una necesidad de muchas comunidades relacionas con la investigación sobre ciencias de la vida, simulación mecánica, criptografía, aprendizaje automático, etc., en procesar dicha información, pero lo cual, la compra de computadoras de un nivel especializado de computo tan alto es muy caro.

Debido a esta necesidad, se ha vuelto los ojos a los GPUs, ya que de esta manera se pudo convertir un computador personal en una estación de procesamiento de datos avanzado. El área de estudio o investigación que se hace, para establecer todos los posibles campos en los cuales los GPUs pueden ayudar, más allá de que estén o no relacionados con computación gráfica, se conoce como GP-GPU.

El área de investigación correspondiente se llama Computación de Propósito General en Unidades de Procesamiento Gráfico (GPGPU).

En este artículo, se enfoca como el estudio de GPGPU, puede ayudar a diferentes áreas de estudio, así mismo, como se hace un acercamiento a las diversas formas en que se puedo lograr un acercamiento con esta tecnología.

DESARROLLO

La era pre-GPU

Los computadores domésticos llegaron a implantarse en los hogares, por la década de los 80. El hardware de estos computadores se sustenta sobre las mismas bases de la arquitectura o modelo de Von Neumann o arquitectura Princeton.

Esta arquitectura informática fue desarrollada por John Von Neumann en 1945. En resumen, en la ilustración 1, la estructura básica de un computador está compuesta así:

- Una unidad de procesamiento que contiene una unidad de lógica aritmética y sus respectivos registros.
- Una unidad de control que contiene el registro de instrucciones además de un contador de programas.
- La memoria, la cual almacena datos e instrucciones.
- Un almacenamiento masivo externo.
- Dispositivos de entrada y salida.

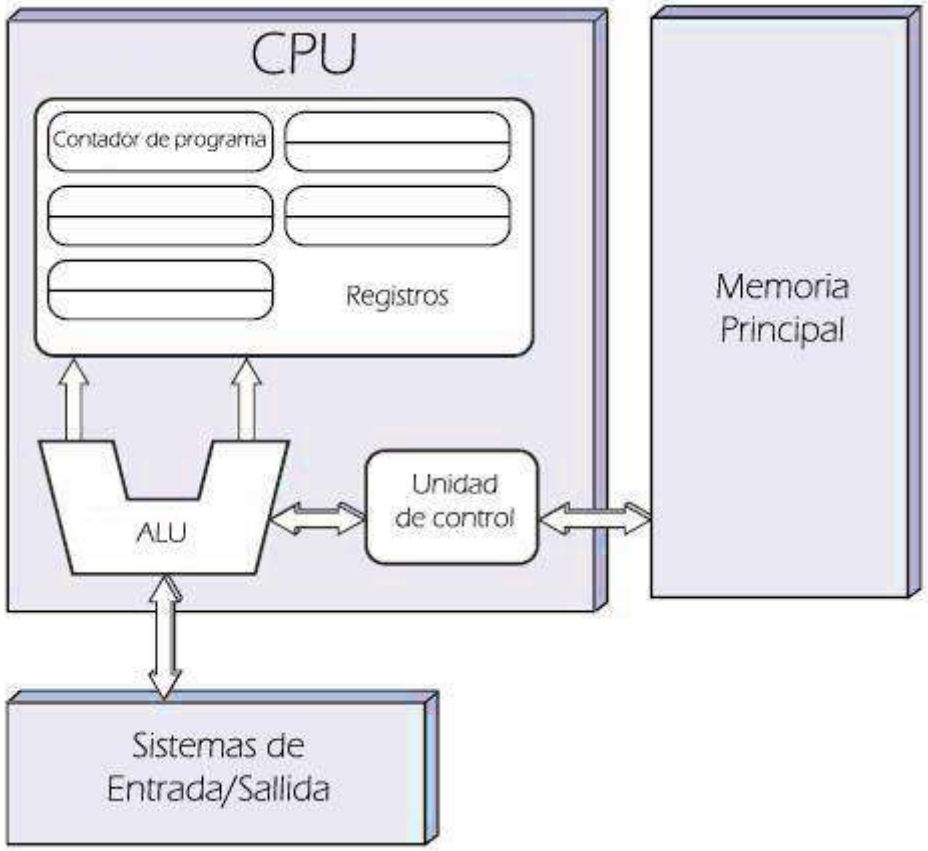


Ilustración 1 - Esquema del Computador de Von Neumann

En este enfoque original, que John Von Neumann planteó, a grandes rasgos se refería a los componentes que procesan, almacenan y reciben/envían información. Es este conjunto de componentes la tarjeta gráfica no fue considerada en su momento, pero en la actualidad, es un componente fundamental en la redefinición de esta arquitectura.

En las primeras computadoras, el procesador central (CPU), era el encargado de procesar la información. Pero los datos que el usuario ingresaba por la interfaz, que era de tipo texto, no tenían exigencia en cuanto al rendimiento de la pantalla.

Pero al crecer el poder de cómputo, también crecieron las necesidades de las interfaces, como fue el nacimiento de las aplicaciones CAD y por supuesto los videojuegos.

Esto originó que los diseñadores tomaran los componentes que ya existían y los hicieron evolucionar, agregándose coprocesadores matemáticos para acelerar el procesamiento.

La CPU se convirtió en un procesador de propósito general, el cual poseía juegos de instrucciones genéricas y diversas, pero no podía trabajar directamente con datos en punto flotante, labor en la que era ayudado por los coprocesadores matemáticos. Esto generaba un gasto de recursos extra, ya que el CPU debía tomar los datos y hacerles una conversión para que fueran procesados por lo coprocesadores.

Esta labor especializada de los coprocesadores matemáticos, en la cual libera de trabajo y carga a los CPU, fue el inicio de los GPU.

Esto empezó con algo tan simple como el uso de las nuevas interfaces gráficas, donde se puede entender que muchas de estas operaciones se podían plantear como operaciones de punto flotante, por ejemplo, en la generación de los colores, se tiene la reunión de pixeles como una matriz, lo cual requiere un alto nivel matemático.

Los coprocesadores matemáticos siguieron evolucionando y se empezaron a colocar en tarjetas individuales, con lo cual ya no había que preocuparse de las dimensiones tomar, y empezaron a ser más grandes estos chips, aumentando el número de transistores.

El término GPU, fue sugerido y usado por NVidia para referirse a las tarjetas de video, a finales del siglo 20, donde se hablaba ya de las posibilidades futuras de los GPU, y que basados en esta nueva visión con que se trataría a este dispositivo, se logró que diversas empresas se concentrarán en incrementar el poder de computo de los GPU.

Arquitectura de los GPU

Las GPU han atraído recientemente la atención de muchos desarrolladores de aplicaciones como coprocesadores paralelos a los datos básicos. Las nuevas generaciones de arquitectura de GPU proporcionan una programabilidad más fácil y una mayor generalidad al tiempo que mantienen el enorme ancho de banda de memoria y la potencia de cálculo de las GPU tradicionales. (Ryoo, 2008)

La clave del rendimiento, es el uso de múltiples subprocesos masivos para utilizar la gran cantidad de núcleos y ocultar la latencia de memoria global. Para lograr esto, los desarrolladores se enfrentan al desafío de lograr el equilibrio adecuado entre el uso de recursos de cada subproceso y el número de subprocesos activos simultáneamente. (Ryoo, 2008)

En una GPU, de la misma manera que en una CPU, se encuentran unidades de proceso o Stream Processors, memoria en la cual se almacena información de manera temporal y registros para entrada y salida. Cuentan con sus propias librerías como son OpenGL y Directx para el desarrollo de aplicaciones.

La base del rendimiento de los GPU, son los Stream Processors, los cuales son pequeños procesadores que realizan operaciones concretas muy sencillas que involucran matemática

básica. En promedio en la actualidad la cantidad varía de entre 1000 a más 4000, dependiendo de los modelos de GPU, lo cual queda esquematizado en la ilustración 2, que a continuación se muestra:

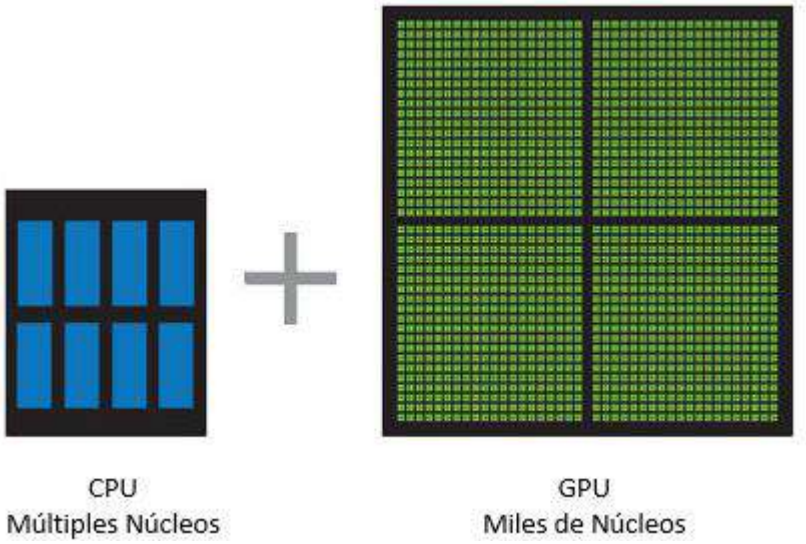


Ilustración 2 - Comparativa de cantidad de núcleos entre CPU y GPU

GPGPU

Como se había comentado anteriormente, GPGPU son todas las tareas de propósito general diseñadas para ser resueltas por un CPU, pero con soporte de un GPU.

La clave de que, al dividir las tareas de esta forma, es decir, de propósito general para el CPU, y especializadas y repetitivas para el GPU, estas logren una mayor rapidez, depende de que los requerimientos tengan un alto nivel de ejecución en paralelo, es decir que los algoritmos se puedan subdividir y procesarse por separado, y al final unirse para mostrar el resultado.

De esta idea, se desprende, que no todas las tareas se pueden ejecutar de esa manera, por lo cual el rango de acción ideal es en el ámbito científico, simulación o matemático.

Lo interesante de toda esta tecnología, es que no necesariamente se debe comprar tarjetas gráficas costosas, ya que GPU también son las tarjetas integradas, las cuales tienen ventajas como menor consumo en cuanto temperatura, energético, espacio físico; pero donde, claro, existen desventajas como la imposibilidad de mejorar los GPU o reemplazarlos.

Áreas de Uso de Procesamiento por GPU

Procesamiento General

Los GPUs son capaces de realizar cualquier cálculo que pueda transformarse en un modelo que se resuelva por paralelismo. Entre algoritmos realizados para resolver problemas están para simulaciones de dinámica molecular de alto rendimiento, en la búsqueda de similitudes en bases de datos de proteínas y ADN, simulación de dinámica de sistemas complejos, análisis en la física del comportamiento de múltiples objetos sobre otros objetos con los cuales generan fricción. En situaciones más triviales, se tiene rompimiento de claves por ataques de fuerza fruta.

Gestión de bases de datos mediante GPU.

Se han creado técnicas para acelerar las operaciones de bases de datos relacionales en GPU, como son las consultas que determinan todos los pares de objetos de dos conjuntos diferentes que cumplen un cierto predicado de unión, donde uno de estos ejemplos más conocidos es un join de sql.
Así también, se encuentran mejoras al hacer procesos que involucren un full scan a una tabla, o métodos de ordenamiento sobre múltiples tuplas, o procesamiento de texto sobre una base de datos particionada por algún criterio.

Minería de datos con GPU.

Se han hecho mejorar en los tiempos de ciertas tareas de minado, como por ejemplo usar el algoritmo de k-means, al calcular las distancias desde un solo centroide de entrada a todos los objetos al mismo tiempo. También, la búsqueda de varios criterios en cubos de información, resulta en tiempos mejores. Cabe recalcar que por la misma naturaleza de los ambientes de pruebas que se deben de crear, es decir, crear instancias de servidores especializados como Hadoop, se debe usar hardware de alto desempeño, mientras que con soluciones basadas en GPUs, se pudo realizar las pruebas en computadoras de sobremesa.

Programar en GPU

Antes de migrar o desarrollar un código para resolver problemas con la ayuda del GPU, se debe considerar los siguientes puntos, ilustración 3, la cual resume a manera de guía, cuando la computación basada en GPU, es el camino a seguir:

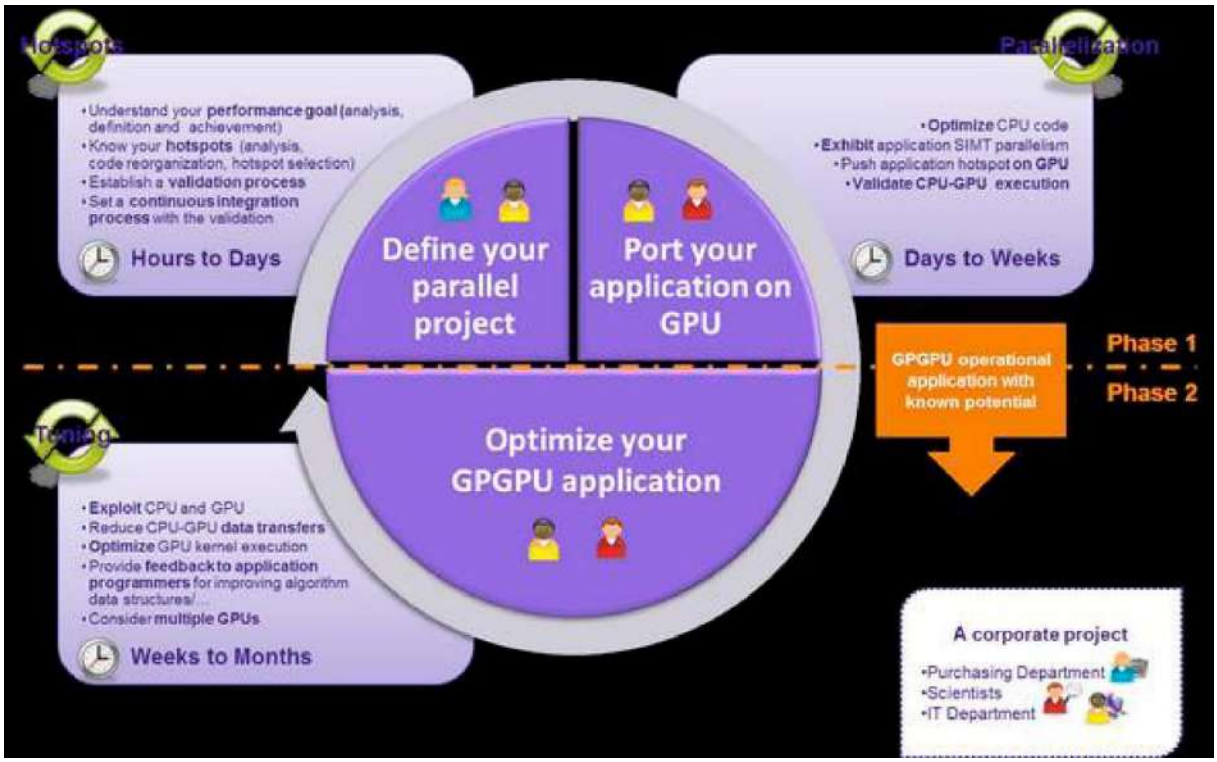


Ilustración 3 - Guía para uso del GPU en Aplicaciones

1) Si el código es lineal y aún no se ha empezado a paralelizarlo, no se debe plantear siquiera una solución de GPU. Las GPU ofrecen siempre más núcleos que los CPUs, pero siempre con menos prestaciones por núcleo, aunque al ser muchos, el rendimiento es altísimo, y menos consumo de memoria.

   En ese caso, el proceso se encuentra en el cuadrante superior izquierdo, es decir, si el proceso no es todavía paralelo o si lo es a pequeña escala, mejor centrarse en optimizarlo. Además, si tarda de horas a unos pocos días, probablemente al comprar un hardware más rápido se consiga menos tiempo de ejecución, y se ahorren los costos de migrar a otras plataformas.

2) Si el código tarda en ejecutarse de unos días a semanas, probablemente ya se haya tratado de paralelizarlo, y de aprovechar el máximo número de núcleos que se tenga disponible por servidor. En este caso, hay dos opciones:

   - Fácilmente podremos paralelizarlo, bien trocearlo en distintos procesos separados y lanzarlo a nodos distintos o paralelizarlo entre varios nodos a través de una red de baja latencia.

   - Analizar que 25% de la aplicación consume el 90% del tiempo e intentar migrar esta parte del código a GPU.

   Lo anterior expuesto, estaría representado por la esquina superior derecha del gráfico.

3) Mitad inferior de la imagen. Si el cálculo tarda de semanas a meses, realmente se necesita un gran esfuerzo. La solución viene de mano de tecnologías que permitan

programación mixta CPU-GPU, donde se aprovecha al máximo la potencia del sistema o de programación multi-GPU. En este escenario, el paso a GPU se hace imprescindible.

Bueno, suponiendo que se ha decidido migrar a GPU. Básicamente se tiene claro, que el código x86 no va a correr en ninguna GPU (al menos sin retoques), porque solo el procesador base corre directamente cálculos x86.

Antes de entrar en las tecnologías, hay que hablar de las herramientas que hay para desarrollo sobre GPU. Se empezará desde las más difíciles a las más fáciles:

- OpenCL (similar al estándar OpenGL de gráficos 3D), se puede trabajar en C/C++, Java, C#, aunque exige tirar más líneas de código. Ventajas: se puede desarrollar para cualquiera de las plataformas y probablemente con la mejor optimización de código posible.

- CUDA: Son las siglas de Compute Unified Device Architecture (Arquitectura Unificada de Dispositivos de Cálculo) y se puede usar Python, Fortran y Java en vez de C/C++. Es un estándar de facto, porque está muy extendido en el mercado, pero que es propiedad de una compañía (no es un estándar IEEE ni Open Source). Se ha mantenido la compatibilidad, con lo que cualquier software desarrollado anteriormente sigue funcionando. Cada vez ha ido incorporando mejores SDK (kit de desarrollo) y en la actualidad es la que dispone de más librerías, aplicaciones de cálculo científico en muchos campos.

  Las nuevas tarjetas gráficas compatibles con CUDA ahora son lo suficientemente avanzadas como para ser consideradas como aceleradores de hardware eficientes para tareas como el famoso algoritmo Smith-Waterman, para realizar alineamiento local de secuencias biológicas. (Svetlin A Manavski, 2008)

- “Parallel Studio” y “Cluster Studio”: Herramientas que integran el compilador Fortran/C++ de la compañía Intel con librerías y kit de desarrollo. Básicamente son los únicos que ofrecen una migración de CPU a “GPU” (son más propiamente dichos coprocesadores), sin necesidad de reescritura del código.

Una vez introducidas las herramientas para programar el GPU, se muestra las tecnologías que ofrece en mercado, en cuanto a GPUs:

- **ATI (AMD)**

Esta compañía fabrica placas que quizá en prestaciones son las más superiores. Se recomienda programar en OpenCL. La serie destinada a cálculo es las ATI Radeon HD.

Es cierto, que dado que AMD ha lanzado las APU (híbridos entre CPU y GPU) integrables directamente en placa, permite programación híbrida y cuando las herramientas sean lo suficientemente potentes para ello, puede que sea una opción importante a considerar.

Además de momento solo existen sistemas monoprocesador, lo que limita el número de núcleos y la memoria. En la ilustración 4, se muestra como las tarjetas ATI, debido a que calientan más, viene con más ventiladores, a fin de bajar la temperatura, y que no se generen tirones de memoria.

Ilustración 4 - Tarjeta ATI

- **INTEL PHI**

Anteriormente denominada MIC (multicore), que evito a posta denominarla Xeon Phi, para no incurrir en equívocos con los procesadores Intel Xeon de placa madre, cuya potencia por núcleo es muy superior a los 60 núcleos que ofrece la Phi. Lo atractivo de esta tecnología es que no es necesario reescribir la aplicación. Al ser compatible x86, según Intel con las herramientas Parallel Studio y Cluster Studio, se pueden migrar las aplicaciones de forma automática. Los problemas son tres:

1. Estas herramientas son de pago y bastante costosas, incluso para el entorno universitario.

2. Si se migran las aplicaciones con las herramientas y depuradores por defecto, solo se consigue del orden de dos veces la velocidad que obtiene el procesador de la placa base. Esto no compensa.

3. Si realmente se quiere obtener entre 5 y 10 veces como ofrece Intel, debemos reprogramar como en los otros escenarios y por tanto se encuentra la misma problemática.

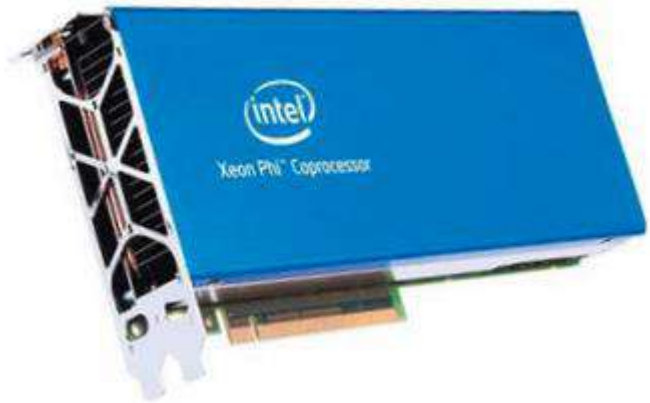


Ilustración 5 - Tarjeta Intel PHI

Al observar la ilustración 5, se observa que las tarjetas PHI, se decantan por usar para las tareas de control de temperatura, mas que ventiladores, disipadores, los cuales no evitan del todo las temperaturas altas, por lo cual, al usar estas tarjetas, se recomienda usar enfriamiento externo para el computador, como puede ser un aire acondicionado.

- **NVIDIA TESLA Y GTX**

NVDIA es una casa comercial y que CUDA es su estándar de facto en mercado, pero propietario. Actualmente es la tecnología más madura. En la ilustración 6, se muestra una tarjeta Nvidia de gama media, en donde, el enfriamiento se segura con ventiladores y disipadores, pero en las tarjetas de gama alta, se usan ventiladores mucho mas potentes, en donde aparte de las ranuras para ventilación laterales, viene con ranuras en la parte superior, para garantizar que el intercambio de aire caliente por fresco, este garantizado todo el tiempo.

Ilustración 6 - Tarjeta Nvidia

La ventaja principal que tiene es tres:

1. Existen más de 70 aplicaciones en mercado que usan el estándar de CUDA. De las más importantes y que mejor rendimiento dan cabe destacar Amber, NAMD y Cromacs. De las herramientas migradas más conocidas Mathlab y Matematica (no en todas sus funciones, pero si en las más importantes), lenguajes como Python, librerías como OpenCV, etc.

2. El rendimiento está muy bien optimizado tanto usando la gama más cara y enfocada a cálculo científico como es Tesla, como la gama más económica que es GEFORCE GTX (usada clásicamente para juegos) en tarjetas que en muchos casos dan casi mejor resultado como la Titan Black.

3. Las herramientas y librerías ofrecidas por CUDA, son totalmente gratuitas para cualquier tipo de desarrollo.

Con respecto a las 3 tecnologías que se encuentran en el mercado, de las cuales se habló anteriormente, y observando también las herramientas que existen para desarrollar usando el GPU, se puede determinar que el framework más versátil es OpenCL.

Las otras dos tecnologías son buenas, pero están fuertemente amarradas por decirlo así al hardware sobre el que se desea implementar las mismas, al contrario de OpenCL, el cual, cabe recalcar que es un estándar abierto de programación paralela.

Este estándar permite crear aplicaciones que pueden ejecutarse paralelamente en procesadores gráficos (GPU) o centrales (CPU), distintos en su arquitectura y ubicados en un sistema heterogéneo.

Este punto es el más importante, ya que CUDA y “Parallel Studio” y “Cluster Studio”, parten de la existencia de GPUs compatibles, y de alto rendimiento, mientras que al ser posible usar OpenCl sobre GPU, o CPU, se puede de esta manera revitalizar computadoras, aunque no estén actualizadas en cuanto a tarjetas de video, o que no existan las mismas, al tener los GPUs integrados en el mainboard.

Metodología y Tiempos de Respuesta

Básicamente la metodología para hacer el análisis es correr un segmento de código, y ver los tiempos de respuesta, con y sin GPU.

Para hacer un test que determina de manera absoluta el rendimiento del GPU sobre el GPU, hay que primero establecer el problema a resolver, y no olvidar, que lo primero es poder crear un algoritmo que sea paralelizable.

Para efecto solo de demostrar la factibilidad de la tecnología, se hace una prueba que consiste en un programa que crea 2 vectores cada uno con 100 millones de entradas que son generados de manera aleatoria. Luego se realiza un cálculo de tal manera que cada entrada de un vector se eleva a la potencia de la entrada correspondiente en el otro y se almacena en un tercer vector, que se devuelve como los resultados del cálculo.

Al no usar paralelismo, debería ser programado linealmente usando un bucle **“for”** para realizar este cálculo y devolver la respuesta. Al final se agrega código para un **“timer”**, para ver el tiempo de respuesta. Se ha tomado el lenguaje Python para hacer el algoritmo, y usando como herramienta CUDA:

```
import numpy as np

from timeit import default_timer as timer

def pow(a, b, c):
    for i in range(a.size):
        c[i] = a[i] ** b[i]

def main():
    vec_size = 100000000

    a = b = np.array(np.random.sample(vec_size), dtype=np.float32)
    c = np.zeros(vec_size, dtype=np.float32)

    start = timer()
    pow(a, b, c)
```

```
    duration = timer() - start

    print(duration)

if __name__ == '__main__':
    main()
```

En una computadora con un procesador Intel Core i5, este programa toma alrededor de 35 segundos.

Tomando como base el mismo programa, se lo modifica con funciones de paralelismo con CUDA.:

```
import numpy as np

from timeit import default_timer as timer
from numba import vectorize

@vectorize(['float32(float32, float32)'], target='cuda')
def pow(a, b):
    return a ** b

def main():
    vec_size = 100000000

    a = b = np.array(np.random.sample(vec_size), dtype=np.float32)
    c = np.zeros(vec_size, dtype=np.float32)

    start = timer()
    c = pow(a, b)
    duration = timer() - start

    print(duration)

if __name__ == '__main__':
    main()
```

Al correr el programa, toma 0.36 segundos, en lugar de 35 segundos que demoró previamente, sobre una GeForce GTX 1050Ti, lo que es casi 100 veces de mejora de rendimiento, con cambios mínimos en el código. El resumen gráfico de estos resultados, se muestra a continuación, en la ilustración 7:

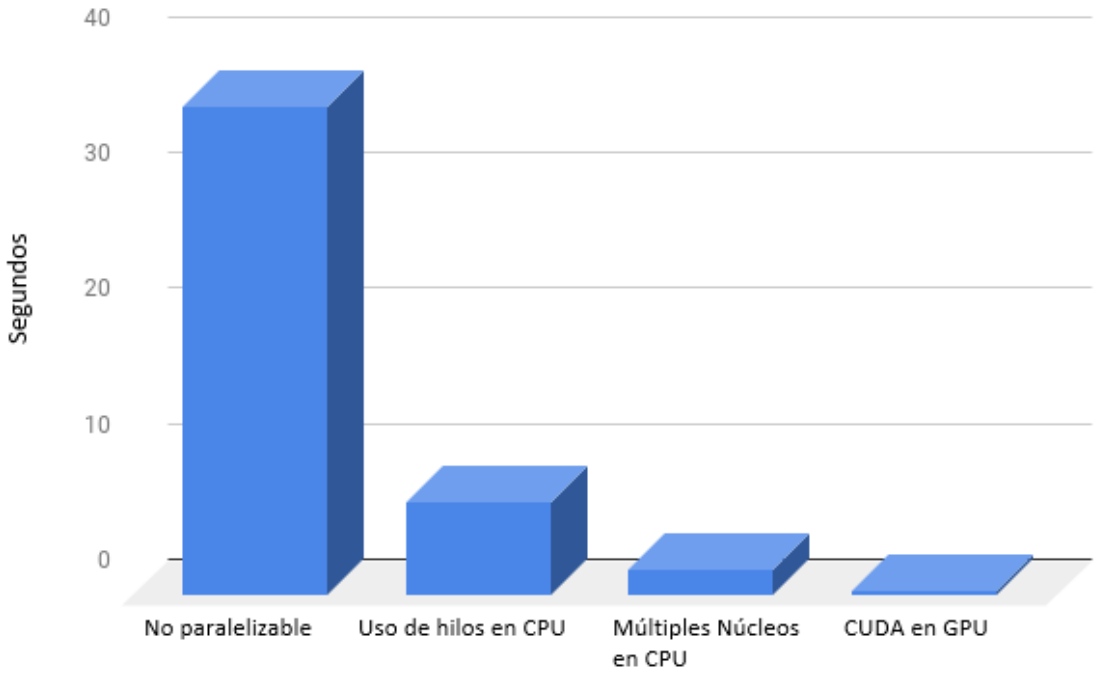


Ilustración 7 - Benchmark pruebas entre CPY y GPU

CONCLUSIONES

El uso del GPU, es una evolución natural, ya que, al haber crecido los volúmenes de datos, de manera exponencial, debido a cosas triviales, redes sociales, fotos, etc., la necesidad de mayor nivel de cómputo, no solo es para análisis científicos, sino para procesamientos dentro de empresas, como proyectos con fines académicos, etc.

Anteriormente este tipo de procesamiento necesitaba de computadoras especializadas, lo que encarecía tanto los costos, que la compra de las mismas era prohibitiva.

Al usar el GPU, se produce un acercamiento de procesos de análisis hacia usuarios finales y promedios, de manera masiva y con costos muy bajos, lo cual, con el tiempo a su vez generará nuevas funciones, procesos, y objetivos dentro de las organizaciones.

Existe un abanico grande, de cómo lograr este acercamiento hacia los GPU, sea por tarjetas gráficas de alto rendimiento, como son las de NVidia, o uso de tarjetas de servidores o Workstation como Intel, o computadoras con chips especializados en gráficos como AMD.

En este ambiente, se tiene que la combinación de las 3 grandes herramientas para codificar en GPU, se adecuan a las necesidades en cuanto se disponga del hardware pertinente. Esto es, un proyecto de carácter científico de alto desempeño se sugiere una combinación de tarjeta Nvidia con CUDA, pero para un ambiente de aprendizaje con poco presupuesto, estaría una computadora de escritorio con tarjeta de video integrada, usando OpenCL.

Con este breve artículo, se percibe que la unión de la computación de alto rendimiento basada en GPU será un estándar del análisis de datos de aquí en adelante.

De esta manera, tendrá vital importancia los servidores GPU que permitan a las empresas esquivar potentes gastos de adquisición de equipo y reducir la fricción que conlleva la implantación de estos aparatos de última generación.

BIBLIOGRAFÍA

Bekkerman, R. (2012). *Scaling up Machine Learning.* Cambridge.

César Represa Pérez, C. R. (2016). Introducción a la programación en CUDA. *Universidad de Burgos*.

Christian Bohm, R. N. (n.d.). Data Mining Using Graphics Processing Units. *University of Munich*.

Eberly, D. H. (2015). *Programming for games and science.* Washington: CRC Press.

Rubén Bresler Camps, R. G. (2011). Clasificación kNN de documentos usando GPU. *Computación y Sistemas*.

Ryoo, S. (2008). Optimization principles and application performance evaluation of a multithreaded GPU using CUDA. *Symposium on Principles and Practice of Parallel Programming* .

Schlegel, D. (2015). Data Mining Using Graphics Processing Units. *University of Heidelberg*.

Svetlin A Manavski, G. V. (2008). CUDA compatible GPU cards as efficient hardware accelerators for Smith-Waterman sequence alignment. *Italian Society of Bioinformatics*.

Zaccone, G. (2015). *Python Parallel Programming Cookbook.* Birmingham: Packt Publishing Ltd.

004. EL GOBIERNO DE DATOS Y LAS METODOLOGÍAS ÁGILES: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA EN TIEMPOS DE EMERGENCIA DIGITAL

DATA GOVERNANCE AND AGILE METHODOLOGIES: A SYSTEMATIC REVIEW OF LITERATURE IN DIGITAL EMERGENCY TIMES

Alejandra Mercedes Colina Vargas
Universidad ECOTEC. Coordinadora de Investigación. Doctora en Educación Magister Scientiarum en Gerencia de las Tecnologías de Información y Comunicación, Ingeniero de Sistemas. Guayaquil, Ecuador. acolina@ecotec.edu.ec.
Código Orcid: https://orcid.org/0000-0003-1514-8852

Se espera como posibles resultados lineamientos y referencias del papel que desempeñan las metodologías agiles en el desarrollo de políticas y acciones que favorezcan el gobierno de datos como una actividad necesaria y critica.

RESUMEN

En la era actual de la transformación digital, los datos constituyen uno los pilares principales de la organización para apoyar las diversas funciones que le permitan alcanzar los objetivos estratégicos considerada un activo valioso. Sin embargo, en la actualidad algunas organizaciones no han podido utilizar bien esos datos debido a la ausencia de una política efectiva de gobierno de datos. Se requiere para ello apoyarse en métodos de trabajo ágiles, práctico, eficaz y ajustada a las necesidades de las organizaciones. El objetivo de la siguiente revisión sistemática es identificar como el gobierno de datos se apoya en las metodologías ágiles. Se siguió la metodología de revisión de literatura propuesta en la Declaración de Prisma, consultados en las bases de datos Scopus y IEEE Xplore Digital con descriptores en español e inglés. Finalmente, se evidencia la existencia de estudios relevantes centrado más actividades de implementación y monitoreo de herramientas tecnológicas para el gobierno de datos, que en la definición y aplicación de buenas prácticas soportadas en metodologías ágiles o marcos de trabajo que abarque todo el proceso.
Palabras claves: gobierno de datos, métodos agiles, organizaciones, transformación digital.

Abstract

In the current era of digital transformation, modified data is one of the main pillars of the organization to support the various functions that allow it to achieve the strategic objectives affected a valuable asset. However, at present, some organizations have not used that data well due to the absence of an effective data governance policy. It is required for this, supported by agile, practical, effective and adjusted work methods adapted to the needs of the organizations. The objective of the following systematic review is to identify how data governance relies on agile methodologies. The literature review methodology proposed in the Prism Declaration was followed, consulted in the Scopus and IEEE Xplore Digital databases with descriptors in Spanish and English. Finally, there is evidence of the existence of relevant studies focusing more activities on the implementation and monitoring of technological tools for data governance, than in the definition and application of good practices supported by agile methodologies or frameworks that cover the entire process.
Key words: data governance, agile methods, organizations, digital transformation.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las empresas precisan adaptarse y evolucionar continuamente en función de su modelo de negocio, requieren presencia en el mercado global con procesos comerciales acorde de las exigencias a nivel mundial. En ese sentido, los clientes demandan productos y servicios a fin de que estén adaptados a sus necesidades y sean suministrados oportunamente. Para dar cumplimiento a ello debe, por un lado, ajustar la estrategia corporativa y la arquitectura de los procesos de negocios, así como llevar a cabo una gestión de datos de alta calidad, que tenga tiene impacto tanto en las operaciones y decisiones estratégicas.

Las empresas debido a la creciente digitalización, se despliegan a un contexto en el cual requieren recabar, gestionar y analizar grandes cantidades de datos a fin de identificar las tendencias de mercado, que las lleven a mejorar sus resultados a través de las ventajas competitivas que traen consigo.

Todo ello dado que, en los últimos años el volumen de datos que utilizan las empresas va en un incremento desmedido afectando de manera significativa los procesos comerciales. Existe hoy la necesidad de pensar en los datos. Cuando existe en la empresa una falta de confianza en los datos puede conducir a la pérdida de hasta el 50% del conocimiento, consumiendo tiempo de los trabajadores en la búsqueda de los mismos (Redman,2013, p. 4); caso contrario, sucede cuando existe confianza en la obtención y recuperación, se pueden hasta compartir fácilmente generando mayores retornos en las inversiones de datos (Information Builders, 2014, p. 8).

El término de gobierno de datos ha sido acuñado por diferentes autores en la última década coincidiendo que es un activo valioso, que cumple una función estratégica dentro de la estructura de la organización ubicado bajo el gobierno corporativo, pues los responsables para tomar decisiones pertinentes son los comités directivos, el personal de negocios y los ejecutivos de Tecnologías de Información (TI) (Colina, 2018).

El gobierno se concibe como el camino que rige a la organización a establecer, supervisar y lograr las estrategias (Rau, 2004, p. 35). El gobierno de datos representa la estructura de derechos y responsabilidades de la toma de decisiones relacionadas con la administración y uso de la información, con el objetivo de maximizar el valor de los datos (Otto, 2012).

Se conoce como el conjunto de procesos que permite asegurar que los activos de datos están formalmente gestionados a través de la empresa. Un modelo de gobernanza de datos establece la autoridad y la gestión y parámetros de toma de decisiones relacionados con los datos producidos o gestionados por la organización (Grembergen & Haes, 2009).
El gobierno de datos se centra en quién tiene los derechos de decisión relacionados con los activos de datos en una organización (Khatri & Brown, 2010; Otto, 2015) para garantizar la calidad, consistencia, usabilidad, seguridad, privacidad y disponibilidad de los datos (Cohen, 2006; Panian, 2010). Los datos se han convertido en un activo organizacional clave y el gobierno de datos es una actividad necesaria y crítica (Alhassan, Sammon & Daly, 2018). El gobernar los datos se ha vuelto vital para garantizar una gestión exitosa, son tratados como elemento valioso (Khatri & Brown, 2010; Otto, 2015).

Para ello, se requiere de métodos de trabajo ágiles que permitan el conocimiento de ese gran volumen de información disponible generados y renovados de modo constante, obtenidos de fuentes diversa para dar respuesta a un ritmo adaptado que propone la transformación digital.

Ahora bien, dado el entorno global y cambiante donde operan las empresas deben responder a nuevas oportunidades y mercados, al cambio en las condiciones económicas, así como al surgimiento de nuevos productos y servicios competitivos. Los proyectos de tecnologías de información, debe desarrollarse rápidamente para aprovechar las actuales oportunidades, con la finalidad de responder ante la amenaza competitiva, siendo prácticamente imposible derivar un conjunto completo de requerimientos o necesidades del proyecto a desarrollar. en un entorno incierto y turbulento (Sommerville, 2011).

Surge la metodología ágil como la capacidad de crear y responder al cambio para la industria de desarrollo de software, con la finalidad de romper con ciertos lineamientos de las metodologías de proyectos tradicionales, donde los requerimientos del cliente no están plenamente establecidos, ya que él mismo no sabe exactamente qué es lo que quiere (Vélez, Zapata & Henao, 2018). Agile (The Agile Alliance, sf.) surge en 2001 con el The Agile Manifesto, que es el resultado de la reunión de un grupo independiente de desarrolladores que no se sentían a gusto con las metodologías existentes, proponen identificar la incertidumbre a la que se enfrentan y descubrir se cómo puedes adaptar a eso a medida que avanzas.

El desarrollo de software ágil es un término general para un conjunto de marcos y prácticas basadas en los valores y principios expresados en el Manifiesto para el desarrollo de software ágil y los 12 principios detrás de él. Cuando aborda el desarrollo de software de una manera particular, generalmente es bueno vivir de acuerdo con estos valores y principios y usarlos para ayudar a determinar las cosas correctas para su contexto particular (The Agile Alliance, 2001).

Surge en el año 2001 el manifiesto por el desarrollo ágil de software producto de la colaboración de un grupo integrado por diecisiete personas, entre ellos: desarrolladores de software, escritores y consultores. La firma y publicación del Manifiesto en ese año no implica que esa sea la fecha de origen de las metodologías ágiles o que antes de ese año no existieran, sino el emergencia y necesidad de un lineamiento común capaz de hacer posible algún tipo de agrupación entre ellas (Sommerville, 2011).

Para adoptar las metodologías ágiles, en especial en proyectos tecnológicos o de desarrollo de software, es imperativo poder realizar cambios de manera igualmente ágil, con requerimientos y especificaciones que deciden las personas. Este enfoque Agile provoca en los usuarios algo de escepticismo, dispone de la posibilidad de adecuar los requisitos cambiantes del cliente, retornos inmediatos, coordinación cercana y flexibilidad, le dan cada vez mayor aceptación, especialmente en la industria de desarrollo de software. Como filosofía de gestión de proyectos se hace más exitosa, pues da importancia a las personas por encima de los procesos, siendo utilizada por muchas empresas para alcanzar sus objetivos (Sinha, 2010).

Las metodologías ágiles presentan entre otras características la flexibilidad, los proyectos en desarrollo son subdivididos en proyectos más pequeños, incluye una comunicación constante

con el usuario, son altamente colaborativos y es mucho más adaptable a los cambios. De hecho, el cambio de requerimientos por parte del cliente es una característica especial, así como también las entregas, revisión y retroalimentación constante (Cadavid, Fernández Martínez, & Morales Vélez, 2013).
Los requerimientos iniciales cambian de modo inevitable, porque los clientes encuentran imposible predecir cómo un sistema afectará sus prácticas operacionales, cómo interactuará con otros sistemas y cuáles operaciones de usuarios se automatizarán (Sommerville, 2011).

Entre las más notables metodologías de desarrollo ágil, se encuentran: Scrum, Programación extrema (XP), Crystal Clear Mobile-D (ágil y extrema para móviles), Adaptive Software Development (ASD), Lean Development, entre otros.

Se hace énfasis en este artículo en el análisis de los métodos ágiles caracterizado por el desarrollo incremental que se enfocan en el diseño rápido, liberaciones frecuentes del software, reducción de gastos en el proceso y producción de código de alta calidad. Involucrando al cliente directamente en el proceso de desarrollo (Sommerville, 2011) para dar respuesta a la emergencia digital por parte de las empresas.

En los últimos años, las metodologías antes presentadas han cobrado especial interés en el sector académico y profesional, favoreciendo el trabajo y la gestión de los recursos para la gestión de proyectos de desarrollo de software, el control de necesidades y requerimientos variables, la gestión efectiva y eficaz de los grupos de trabajo y el involucramiento del cliente durante toda la ejecución del proyecto.

A pesar de ello, existe un grupo de empresas de desarrollo de software, que necesariamente no están preparadas para afrontar la implementación, adopción rápida y eficiente de un enfoque o metodología ágil, debido en primer lugar a hábitos obtenidos de sus métodos tradicionales que hacen más difícil el cambio de mentalidad, y segundo, por la falta de un verdadero entendimiento de los valores, principios y procesos en los cuales se basan las metodologías ágiles (Molina, Vite & Dávila, 2018).

Las metodologías de trabajos señaladas se adaptan a los proyectos de desarrollo de TI que son asumidos por las organizaciones como retos para avanzar con procesos de trabajo más abiertos, menos lineales, y en continua redefinición motivado al contacto permanente con los responsables de negocio o usuarios. Así mismo, facilita una relación de comunicación fluida, subordina a los procesos y las herramientas al servicio de los individuos y sus relaciones, en esta medida se acorta la distancia entre el departamento de informática clásico y el director ejecutivo.

Las metodologías ágiles se caracterizan por ofrecer resultados a corto plazo, mantener al cliente informado de todos los procesos, considerar los cambios requerimientos establecidos previamente como una oportunidad para ser creativos y competitivos, procurar un trabajo lo más sencillo posible, como elemento clave para implantar estas metodologías que presume un cambio de “cultura” que se aspira promover en las grandes organizaciones como propuestas de solución aplicadas a contextos cambiantes.

Partiendo del escenario descrito anteriormente, este artículo presenta una revisión sistemática de la literatura acerca del estado actual de las metodologías ágiles como método para

implementar políticas de gobierno de datos en las organizaciones como respuesta a un entorno turbulento y complejo. El artículo está compuesto por secciones, en la segunda sección la Metodología, describe el enfoque de revisión sistemática a utilizar para alcanzar el objetivo principal de la investigación como estrategia para mostrar de manera resumida la evidencia o información encontrada en la literatura de manera precisa y confiable. Contiene en su tercera sección el detalle de manera sucinta de la planificación y ejecución de la revisión sistemática. La cuarta sección presenta los resultados y una breve discusión de ellos desde diferentes perspectivas, entre ellas: tendencias, países de estudio, tipo de proyectos, alcance de proyectos. A partir del análisis de los estudios analizados, se resume el papel de las metodologías agiles en los proyectos de gobierno de datos exitoso. Finalmente, la sección de conclusiones y recomendaciones.

2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de estudio

El presente artículo se ubica dentro de un tipo de estudio que comprende una revisión sistemática de literatura científica tomando en consideración los referentes señalados en la Declaración PRISMA (Liberati et al., 2009). Como metodología de revisiones sistemáticas, la cual propone a partir de veintisiete (27) ítems de verificación agrupados en siete (07) secciones os tópicos a nivel conceptuales y metodológicos que deben presentar las revisiones de literatura, entre ellos están: título, resumen, introducción, método, resultados, discusión y financiación.

Las revisiones sistemáticas comunican de manera completa y transparente a los lectores para que se evalúen las fortalezas y debilidades de investigación realizadas. En ese sentido, se realizan las revisiones como forma de llegar a comprender o dar respuesta a las preguntas de investigación. (Urrutia y Bonfill, 2010). El proceso de revisión comprendió algunos de los ítems declarados en PRISMA en el método utilizado, como son: definición de los criterios de elegibilidad, fuentes de información, búsqueda, selección de estudios, resultados y la clasificación de los artículos según distintas categorías.

En este artículo, parte para la revisión como orientador dos preguntas de investigación: ¿Cuál es el papel que desempeñan las metodologías agiles en el gobierno de datos? ¿Cómo se gobiernan los datos en la empresa en esta época de emergencia digital?

2.2. Criterios de elegibilidad

Para el desarrollo de este artículo se realizó la revisión de las variables Gobierno de datos y Metodologías ágiles por separado para conocer el estado actual, posteriormente, se relacionan a fin de dar respuesta a las preguntas iniciales, tomando en consideración artículos de revistas científicas con sistemas de arbitrajes por pares, cuyas publicaciones estén entre enero 2017 al mes de agosto de 2019 y estén escritas en español e inglés.

Se consideran los últimos dos años puesto los desarrollos de TI con sus avances e innovaciones tecnológicas son susceptibles a los continuos cambios. Se tomó en consideraciones las publicaciones de revistas científicas con sistemas de arbitrajes con revisión por pares, pues permite dar validez y rigurosidad a los trabajos seleccionados. En cuanto al idioma se selecciona el español, por ser lengua materna; así como el inglés, por considerarse el idioma más utilizado por la comunidad científica.

Una vez realizada la búsqueda teniendo en cuenta estos parámetros, para la inclusión de los artículos se tomó en consideración los siguientes criterios: en primer lugar, aquellos trabajos que destacan la aplicación o desarrollo del gobierno de datos, que describan uso o implementación de políticas de gobierno de datos. trabajos que expresen claramente la aplicación de metodologías agiles en el contexto del gobierno de datos. De igual manera, se seleccionaron artículos cuyo contenido hacía referencia a la aplicación de metodologías ágiles en proyectos de TI. Finalmente, se ubicaron artículos que relacionaron las metodologías ágiles con el gobierno de datos.

2.3. Fuentes de información

Los artículos científicos fueron ubicados mediante búsquedas en bases de datos electrónicas publicados en inglés y español. El proceso de búsqueda se realizó en una base de datos generalista Scopus (2017-2019) y una base de datos especifica IEEE Explore Digital Library (2017-2019). Siendo el último día de búsqueda el 30 de agosto de 2019.

2.4. La búsqueda

Para llevar a cabo la búsqueda más efectiva se definieron una serie de descriptores a partir de las preguntas de investigación establecida en español y en inglés. Los términos seleccionados para la búsqueda fueron: “Agiles”, “Methodologies”, “Data”, “Governance”, “ágiles”, “metodologías”, “datos”, “gobierno”.

En cada una de las bases de datos se procedió a definir los criterios de búsqueda a partir de la combinación de los mismos con el uso de operadores booleanos. Las combinaciones utilizadas en las dos bases de datos fueron las siguientes:

Scopus:
Las consideraciones de palabra clave y filtros tomados en cuenta en la base de datos SCOPUS se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1. Criterios de búsqueda en Scopus.

Palabra clave	Filtro aplicado
“data governance”	TITLE-ABS-KEY (data AND governance) AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE , "final")) AND (LIMIT-TO (ACCESSTYPE(OA))) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2019) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2017)) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "COMP")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English") OR LIMIT-TO (LANGUAGE , "Spanish")) AND (LIMIT-TO (SRCTYPE , "j"))
“agiles methodologies”	TITLE-ABS-KEY (agiles AND methodologies) AND (LIMIT-TO (ACCESSTYPE(OA))) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2017)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "COMP")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "Spanish") OR LIMIT-TO (LANGUAGE , "English")) AND (LIMIT-TO (SRCTYPE , "j"))
“data governance AND agiles methodologies”	TITLE-ABS-KEY (data AND governance AND agile AND methodologies) AND (LIMIT-TO (ACCESSTYPE(OA))) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "COMP")))

	TITLE-ABS-KEY (gobierno AND de AND datos) AND (LIMIT-TO (ACCESSTYPE(OA))) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2019) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018)) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "COMP"))
“gobierno de datos”	TITLE-ABS-KEY (gobierno AND de AND datos) AND (LIMIT-TO (ACCESSTYPE(OA))) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2019) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018)) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "COMP"))
“metodologias agiles”	TITLE-ABS-KEY (metodologias AND agiles) AND (LIMIT-TO (ACCESSTYPE(OA))) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018)) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "COMP"))
“gobierno de datos AND metodologías agiles ”	gobierno AND de AND datos AND y AND metodologias AND agiles AND (LI MIT-TO (ACCESSTYPE(OA))) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "COMP"))

Fuente: elaboración propia.

Se estableció para la búsqueda como límite los años 2017-2019, en español e inglés, área temática Computación, tipo de acceso abierto y la búsqueda concreta de artículos.

IEEE Xplore Digital Library:

Los criterios tomados en cuenta para la búsqueda fueron palabra clave o descriptores en español e inglés y filtros para la base de datos IEEE Xplore Digital Library se encuentran en la Tabla 2.

Tabla 2. Criterios de búsqueda en IEEE Xplore Digital Library

Palabra clave	Filtro aplicado
“data governance”	Tipo de publicación: Magazines and Journals Año de publicación: 2017 – 2019 Tipo de acceso: Open Access
“agiles methodologies”	Tipo de publicación: Magazines and Journals Año de publicación: 2017 – 2019 Tipo de acceso: Open Access
“data governance AND agiles methodologies”	Tipo de publicación: Magazines and Journals Año de publicación: 2017 – 2019 Tipo de acceso: Open Access
“gobierno de datos”	Tipo de publicación: Magazines and Journals Año de publicación: 2017 – 2019 Tipo de acceso: Open Access
“metodologías ágiles”	Tipo de publicación: Magazines and Journals Año de publicación: 2017 – 2019 Tipo de acceso: Open Access
“data governance AND agiles methodologies”	Tipo de publicación: Magazines and Journals Año de publicación: 2017 – 2019 Tipo de acceso: Open Access

Fuente: elaboración propia.

Se limita la búsqueda de los artículos publicados en inglés y español y se muestra únicamente los archivos cuyo tipo de acceso es “open access”.

2.5. Selección de estudios

El listado de los artículos seleccionados fue exportado a un archivo de Ms Excel desde cada una de las bases de datos SCOPUS y la IEEE Xplore, a partir de allí se procede a la evaluación de los artículos que cumplieran con los criterios de elegibilidad señalados en la sección anterior. Una vez seleccionado cada artículo se procedió a leer el título, evaluar la pertinencia ubicando inicialmente el resumen y posteriormente leer el artículo completo, en caso de ser necesario.

Desde el archivo en Ms Excel se revisó la existencia de duplicidades y se analizaron los artículos de forma más concreta. Se encontraron un número considerable de artículos referentes al gobierno de datos y a las metodologías agiles, los cuales se rechazaron por no tributar al objetivo principal de esta revisión: papel de la metodología ágil en los proyectos de gobierno de datos.

3. RESULTADOS

Una vez realizada la búsqueda en las bases de datos SCOPUS y la IEEE Xplore se obtuvieron un total de 114 artículos. Después de eliminar duplicidades, es decir 7 artículos quedaron eliminados por repetidos, se analizaron un total de 107 artículos. De este total, 68 fueron descartados después de revisar el título y el resumen, al momento de comprobar que esos estudios no cumplían claramente con los criterios establecidos. De los 39 artículos restantes, tras la revisión del texto completo, 26 fueron eliminados por los criterios establecidos anteriormente. El flujo de trabajo se refleja en la siguiente Figura 1.

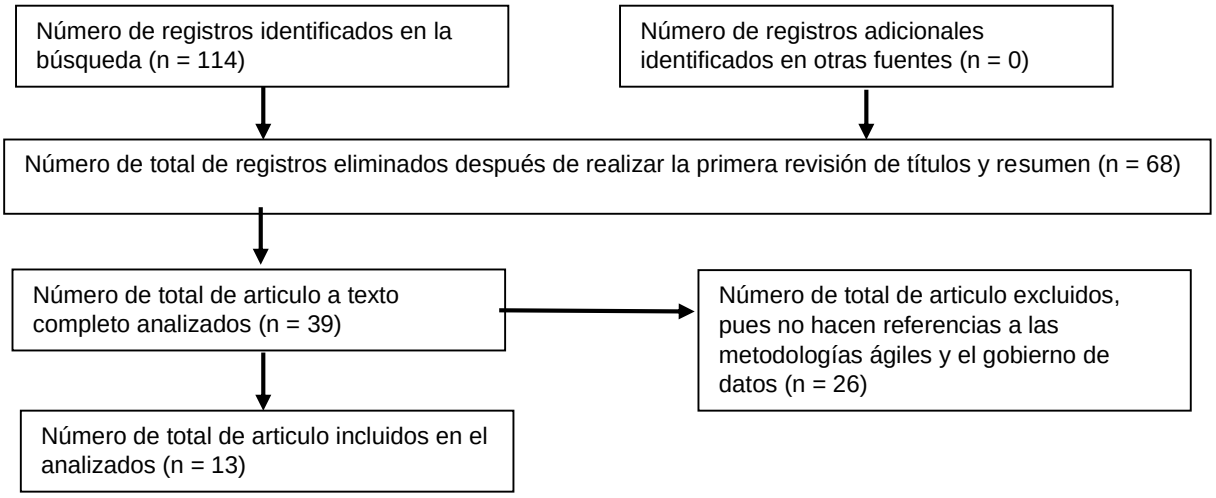


Figura 1. Diagrama de flujo del proceso de revisión sistemática de la literatura. Fuente: elaboración propia.

Se utilizó las preguntas de investigación y una estrategia paso a paso para obtener la cadena de búsqueda final de los artículos de investigación (Tabla 3).

Tabla 3. Resultados encontrados

Base de datos	Resultados encontrados	Primera selección	Selección final
SCOPUS	87	50	10
IEEE Xplore Digital Library	27	16	3

Fuente: elaboración propia.

3.1. Clasificación de los artículos según distintas categorías.

Una vez se obtuvo la muestra final (n=13) se procedió a clasificarlos en función de su contenido. Estableciéndose una serie de categorías, en dónde se han clasificado los artículos en función de su contenido (Tabla 4):

Tabla 4. Clasificación de los artículos según categorías

Categoría	Subcategoría	Número de artículos encontrados
Año	2019	6
	2018	5
	2017	2
Tipo de artículo	Investigación	8
	Revisión de literatura	5
Contenido	Gobierno de datos	9
	Metodologías ágiles	4
	Gobierno de datos y metodologías de ágiles	0

Fuente: elaboración propia.

3.1.1. En función del año de publicación

En los últimos años la publicación de trabajos sobre gobierno de datos y metodologías ágiles ha crecido considerablemente, observándose que entre los años 2018 y el 2019 se han publicado el 84,62% de la revisión realizada. Surgen esos estudios como respuesta a la enorme discrepancia y volumen de datos que genera la “emergencia digital”, a través del desarrollo de sistemas, definición de estrategias y políticas llevan prácticas internas propio para cada organización como medida para consolidar las bases del gobierno de datos y de los distintos métodos para su implementación.

3.1.2. En función del tipo de trabajo presentado

Una vez analizados los artículos en su globalidad se procedió a categorizarlos en función del tipo de contenido, se tienen artículos de: revisión teórica, investigación y estudio de casos. Se define esta clasificación en los términos de que algunas investigaciones incorporan elementos de estudio de caso de un gobierno de datos, por ejemplo, sin embargo, incluyen un marco teórico sobre la temática, quedando ubicado en función del sentido principal y la temática del artículo.

Los artículos de investigación encontrados en la revisión (Tabla 5) destacan en primer lugar la aplicación del gobierno de datos en ámbitos de acción diferentes motivado al contexto de

cambio propiciado por las continuas tendencias tecnológicas que ofrecen una oportunidad de sumarse a la transformación digital, por ejemplo, en el campo de la salud y la medicina se propone un marco de trabajo, herramientas y modelos de gobierno de datos que faciliten el sistema de evaluación, procesamiento y calidad de los datos (Espíndola, Junior, Rosa & Jualini, 2018; Li et al., 2019). Se hace referencia a los datos abiertos inmersos en un ecosistema, con una filosofía y práctica que persigue la disponibilidad de los mismos de forma libre, en ese caso emerge la revisión del gobierno de datos abiertos con un marco de trabajo que evalúe el suministro de datos abierto de manera integral (Welle & Van Loenen, 2017).

Este articulo muestra dentro de sus resultados la revisión de estudios relacionado con el gobierno de datos en la nube, revisándose estudios relacionados con la evaluación de seguridad y los problemas existentes que pueden afectar la adopción de la nube ágil para un desarrollo de software eficiente (Saed et al., 2018).

En cuanto a la metodología ágil coinciden los autores en el hecho de utilizar en el marco actual para cualquier tipo de aplicaciones de TI un enfoque de diseño participativo con su método ágil, así como el estudio de las comparaciones para los efectos de las metodologías tradicionales en contra posición con las metodologías agiles utilizando diferentes marcos de trabajo como por ejemplo el factor de los seis puntos. Se aplican métodos agiles tanto para estimar esfuerzo del software, la gestión del conocimiento, así como el desarrollo de aplicaciones de red social (Boella, et al., 2019; Saed, Aziz, Abdulkadir, Aziz, Hassan, 2018; Adnan & Afzal, 2017).

Tabla 5. Listado de artículos de investigación

Autores	Año	Título
Espíndola, P.L., Junior, J.F.S., Rosa, F., Juliani, J.P.	2018	Data governance applied to information science: Analysis of a scientific data system for the health.
Li, Q., Lan, L., Zeng, N., You, L., Yin, J., Zhou, X., Meng, Q.	2019	A Framework for Big Data Governance to Advance RHINs: A Case Study of China.
Welle Donker, F., Van Loenen, B.	2017	How to assess the success of the open data ecosystem?
Muhammad Shafiq, Qinghua Zhang, Muhammad Azeem Akbar, Arif Ali Khan, Shahid Hussain, Fazal-E Amin, Asfandyar Khan, Aized Amin Soofi	2018	Statistical Analysis of the Effects of Heavyweight and Lightweight Methodologies on the Six-Pointed Star Model
Adnan, M., Afzal, M	2017	Ontology based multiagent effort estimation system for scrum agile method
Boella, G., Calafiore, A., Grassi, E., Rapp, A., Sanasi, L., Schifanella, C	2019	FirstLife: Combining Social Networking and VGI to Create an Urban Coordination and Collaboration Platform
Saed, K.A., Aziz, N., Abdulkadir, S.J., Aziz, I.A., Hassan, N.H.	2018	Data governance cloud security checklist at infrastructure as a service (IaaS).
Shariq Aziz Butt, Muhammad Imran Tariq , Tauseef Jamal , Arshad Ali, Jorge Luis Díaz Martínez & Emiro De-La-Hoz-Franco	2019	Predictive Variables for Agile Development Merging Cloud Computing Services.

Fuente: elaboración propia.

Por su parte, en cuanto a los artículos de revisión de literatura (Tabla 6), tratan de analizar primeramente los elementos o motivadores a tomar en consideración al momento de incorporar en los proyectos de desarrollo de TI métodos ágiles a gran escala concebidos desde una perspectiva de gestión (Abrar et al., 2019). Se reseña la orientación para sentar las bases de una "buena sociedad de inteligencia artificial" reseñando las oportunidades y riesgos de la inteligencia artificial para la sociedad (Floridi et al., 2019).

En la revisión de literatura de los artículos seleccionados coinciden diferentes autores en cuanto a evaluar los elementos legales y éticos en la atención de la salud que emergen como desafíos cada día al pretender gobernar la información de salud personal de los pacientes con miras a dar respuesta antes las innovaciones de aprendizaje automático de inteligencia artificial y las formas en que los sesgos en los datos se pueden replicar y perpetuar (Prainsack, 2018; Winter & Davidson, 2019; Fothergill, Knight, Stahl & Ulnicane, 2018).

Tabla 6. Listado de artículos de revisión de literatura

Autores	Año	Título
Abrar, M.F., Khan, M.S., Ali, S., Ali, U., Majeed, M.F., Ali, A., Amin, B., Rasheed, N.	2019	Motivators for Large-Scale Agile Adoption From Management Perspective: A Systematic Literature Review
Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., Luetge, C., Madelin, R., Pagallo, U., Rossi, F., Schafer, B., Valcke, P., Vayena, E	2019	AI4People—An Ethical Framework for a Good AI Society: Opportunities, Risks, Principles, and Recommendations.
Prainsack, B.	2018	The “We” in the “Me”: Solidarity and Health Care in the Era of Personalized Medicine
Winter, J.S., Davidson, E.	2019	Governance of artificial intelligence and personal health information
Fothergill, B.T., Knight, W., Stahl, B.C., Ulnicane, I. (	2019	Responsible data governance of neuroscience big data

Fuente: elaboración propia.

3.1.3 En función del contenido

De la revisión realizada se destaca una mayor preferencia a la existencia de artículos relacionados con el gobierno de datos revisión de literatura, y aplicación en áreas de medicina, gobierno, industria y neurociencia, con un 69,23% del total consultado, esto evidencia que en la actualidad se han enfocado los estudios o investigaciones dado a que en la actualidad debido al gran crecimiento tecnológico las organizaciones deben dar respuesta a las dificultades o retos que imponen el manejo, unos y gestión de grandes cúmulos de datos a fin de minimizar riesgos y apoyar la rentabilidad del negocio. Al contrario, se han realizado investigaciones relacionadas con las metodologías ágiles desde revisiones de literatura hasta aplicación en las redes sociales (30,77%) y ninguno que relacione el gobierno de datos con las metodologías ágiles.

4. CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

Esta investigación comprendió una revisión sistemática de la literatura siguiendo como referencia la Declaración PRISMA (Liberati et al., 2009) descrita en la sección anterior. Se analizó publicaciones obtenidas de las bases de datos SCOPUS y la IEEE Xplore Digital de los años 2017 a 2019 donde se consideraron 107 artículos de los cuales 39 cumplieron los requisitos para responder a las preguntas de investigación en relación la necesidad de conocer si las metodologías ágiles apoyan el desarrollo del gobierno de datos en las organizaciones.

Se conoce que las revisiones sistemáticas permiten sintetizar la información existente sobre un fenómeno de forma minuciosa y empírica. Esta investigación permitió determinar lo poco que se ha desarrollado en articulo científico relacionado al gobierno de datos y la metodología ágil. Se plantea a modo general como resultado el hecho de que existe pocas investigaciones en la cuales se relaciona el gobierno de datos con las metodologías agiles. Se deduce principalmente que las investigaciones se han planteado para dar respuesta a las necesidades del continuo cambio en el entorno con la incorporación de tecnología, lo cual ha minimizado el interés en actividades que permiten mapear tres acciones claves relacionadas con el gobierno de datos en las organizaciones como son: enfoque de gobierno, estrategia y diseño.

Básicamente, se identificaron en los estudios la importancia que tienen en la actualidad los datos para las organizaciones en las diferentes áreas, se procuran aplicar políticas, acciones y aplicaciones de gobierno de datos como respuesta a las innovaciones tecnológicas, sin embargo, aún no existe un consenso general, solo un reflejo de las experiencias e investigaciones encontradas destacan investigaciones particulares.

En atención a las interrogantes formuladas, a partir de la revisión realizada existen pocas evidencias para afirmar la existencia de un método de aplicación de las políticas y desarrollo del gobierno de datos en las organizaciones apoyado en las metodologías ágiles. Los trabajos revisados no cubren todas las preocupaciones importantes, pues en los proyectos las partes interesadas y responsables no disponen de los elementos para una evaluación adecuada de esa gestión de datos como buenas prácticas. Se debe ahondar aclarando que a pesar de las organizaciones exponen la necesidad de implementar prácticas tradicionales en sus desarrollos de tecnologías un enfoque ágil bajo cualquier tipo de metodologías, se apuntan y orientan específicamente al negocio, tienen un carácter flexible, y colaborativa. Las áreas o sectores donde prioritariamente se encontraron investigaciones fueron: salud o medicina y gobierno.
A partir de los resultados obtenidos, los cuales develan en la revisión como cada vez más las organizaciones toman más seriedad en relación a la connotación de los datos como un activo, el cual surge como respuesta ante la creciente presión para informar de calidad y efectiva, antes ese escenario se debe plantear un marco para el gobierno de datos que puede ser utilizado por los investigadores para centrarse en los problemas de gestión de datos importantes, apuntalar los esfuerzos hacia los que toman de decisiones y centrarse en identificar que decisiones se están tomando y quién debería estar haciéndolo.

De manera particular, a partir de esta la revisión sistemática realizada el análisis gira entorno a tratar de comprender y estudiar el poco interés mostrado sobre el descriptor gobierno de datos, particularmente en las acciones de implementación y monitoreo. La tendencia de los

trabajos encontrados se enfocó hacia la conceptualización y definición de marcos de trabajos o buenas prácticas, lo cual es un indicador que falta aún elementos para madurar los procesos de gobierno de datos en las organizaciones.

Finalmente, de la revisión de literatura efectuada se concluye que no proporciona una comprensión integral de las actividades de gobierno de datos que se requieren en la organización y que pueden ser guiadas con metodologías ágiles, lo cual trae consigo romper con los tradicionales proyectos lineales de larga duración y poco productivos, introduciendo alta flexibilidad y una reacción ágil, dinámica y efectiva ante cualquier cambio. Por lo tanto, queda para estudios posteriores analizar todos los referentes del modelo propuesto para las actividades de gobernanza de datos que permita mejorar la calidad de los datos y aumentar la confianza de las organizaciones en sus recursos, llevándolo a una verdadera transformación digital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abrar, M.F., Khan, M.S., Ali, S., Ali, U., Majeed, M.F., Ali, A., Amin, B., Rasheed, N. (2019). Motivators for Large-Scale AEgile Adoption from Management Perspective: A Systematic Literature Review. IEEE Access, 7, art. no. 8630951, pp. 22660-22674. DOI: 10.1109/ACCESS.2019.2896212

Adnan, M., Afzal, M. (2017). Ontology based multiagent effort estimation system for scrum agile method. IEEE Access, 5, art. no. 8101453, pp. 25993-26005.

Akbar, M.A., Sang, J., Khan, A.A., Amin, F.-E., Nasrullah, Hussain, S., Sohail, M.K., Xiang, H., Cai, B. (2018). Statistical Analysis of the Effects of Heavyweight and Lightweight Methodologies on the Six-Pointed Star Model. IEEE Access, 6, pp. 8066-8079.

Amali, L. N., Katili, M. R. (2018). Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management. Vol. 13 pp. 061-077

Béla Genge, Piroska Haller & Călin Enăchescu (2019). Computer Science Department, University of Medicine, Pharmacy, Sciences and Technology of Târgu Mureş, 540088 Târgu Mureş, RomaniAnomaly Detection in Aging Industrial Internet of Things. IEEE Access Vol. 7 pp. 74217 – 74230

Boella, G., Calafiore, A., Grassi, E., Rapp, A., Sanasi, L., Schifanella, C. (2019). FirstLife: Combining Social Networking and VGI to Create an Urban Coordination and Collaboration Platform. IEEE Access, 7, art. no. 8713970, pp. 63230-63246.

Cadavid, A. N., Fernández Martínez, J. D., & Morales Vélez, J. (2013). Revisión de metodologías ágiles para el desarrollo de software. Recuperado de: http://www.redalyc.org/pdf/4962/496250736004.pdf

Cohen, R. (2006). What's in a name? Data governance roles, responsibilities and results factors. DM Review

Espíndola, P.L., Junior, J.F.S., Rosa, F., Juliani, J.P. (2018). Data governance applied to information science: Analysis of a scientific data system for the health área. Revista Digital de Biblioteconomia e Ciencia da Informacao, 16 (3), pp. 274-298.

Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., Luetge, C., Madelin, R., Pagallo, U., Rossi, F., Schafer, B., Valcke, P., Vayena, E (2018). AI4People—An Ethical Framework for a Good AI Society: Opportunities, Risks, Principles, and Recommendations. Minds and Machines, 28 (4), pp. 689-707.

Fothergill, B.T., Knight, W., Stahl, B.C., Ulnicane, I. (2019). Responsible data governance of neuroscience big data. Frontiers in Neuroinformatics, 13, art. no. 28.

Grembergen, Wv ; Haes, Sd (2009) Enterprise Governance of Information Technology. p– 218 ISBN 9780387848815

Ibrahim Alhassan, David Sammon & Mary Daly (2019) Critical Success Factors for Data Governance: A Theory Building Approach, Information Systems Management, 36:2, 98-110, DOI: 10.1080/10580530.2019.1589670

Ibrahim Alhassan, David Sammon, Mary Daly, (2018) Data governance activities: a comparison between scientific and practice-oriented literature", Journal of Enterprise Information Management, Vol. 31 Issue: 2, pp.300-316, https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2017-0007

Khatri, V., & Brown, C. V. (2010). *Designing data governance. Communications of the ACM, 53(1), 48.* doi:10.1145/1629175.1629210

Li, Q., Lan, L., Zeng, N., You, L., Yin, J., Zhou, X., Meng, Q. (2019). A Framework for Big Data Governance to Advance RHINs: A Case Study of China. IEEE Access, 7, art. no. 8689011, pp. 50330-50338. DOI:10.1109/ACCESS.2019.2910838

Liberati A., AltmanDG, TetzlaffJ, MulrowC,GøtzschePC,IoannidisJP,etal. (2009) The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta-analyses of studies that evaluate health care interventions :Explanation and elaboration. BMJ. 2009;339:b2700,doi:10.1136/bmj.b2700
Muhammad Shafiq, Qinghua Zhang, Muhammad Azeem Akbar, Arif Ali Khan, Shahid Hussain, Fazal-E Amin, Asfandyar Khan, Aized Amin Soofi (2018). Statistical Analysis of the Effects of Heavyweight and Lightweight Methodologies on the Six-Pointed Star Modelt. Access IEEE, vol. 6, pp. 8066-8079, 2018. DOI: 10.1109/ACCESS.2018.2805702
Otto, B. (2011) A Morphology of the Organisation of Data Governance. En: ECIS 2011 Proceedings (2011), p. 272. – ISBN 978–3–8348–1453–1
Otto, B. (2012) Enterprise-Wide Data Quality Management in Multinational Corporations Enterprise-Wide Data Quality Management in Multinational Corporations. (2012), Nr. January 2012
Otto, B. (2015). Quality and value of the data resource in large enterprises. Information Systems Management, 32(3), 234–251. doi:10.1080/10580530.2015.1044344
Prainsack, B. (2018). The “We” in the “Me”: Solidarity and health care in the era of personalized medicine. Science Technology and Human Values, 43 (1), pp. 21-44. https://doi.org/10.1177/0162243917736139
Rau, K. G. (2004). Effective governance of it: Design objectives, roles, and relationships. Information Systems Management, 21(4), 35–42. doi:10.1201/1078/44705.21.4.20040901/84185.4
Redman, T. C. (2013). Data’s credibility problem. Harvard Business Review, 91(12), 84-88.
Saed, K.A., Aziz, N., Abdulkadir, S.J., Aziz, I.A., Hassan, N.H. (2018). Data governance cloud security checklist at infrastructure as a service (IaaS). International Journal of Advanced Computer Science and Applications, 9 (10), pp. 297-306.
Shariq Aziz Butt , Muhammad Imran Tariq , Tauseef Jamal , Arshad Ali, Jorge Luis Díaz Martinez & Emiro De-La-Hoz-Franco. (2019). Predictive Variables for Agile Development Merging Cloud Computing Services IEEE Access Vol. 7 pp. 99273 – 99282
Sinha, R. (2010). Software Development with Agile Approach, Pennsylvania, PMI Virtual Library. Recuperado de: https:// pmqlinkedin.files.wordpress.com/2010/09/software-developmentwith-agile-approach.pdf
Sommerville, I. (2011). Ingeniería del software. Novena edición. Pearson Educación, México.
The Agile Alliance. Agile Practices Timeline. [En línea]. Recuperado en: https://www.agilealliance.org/agile101/practices-timeline/.
The Agile Alliance. Manifesto for Agile Software Development (2001). [En línea]. Recuperado en: http://agilemanifesto.org/
Vélez, S., Zapata, J. A. y Henao, A. (2018). Gestión de Proyectos: Origen, instituciones, metodologías, estándares y certificaciones, Entre Ciencia e Ingeniería, vol. 12, no. 24, pp. 68-76, julio diciembre, 2018. DOI:http://dx.doi.org/10.31908/19098367.3818
Welle Donker, F., van Loenen, B. (2017) How to assess the success of the open data ecosystem? International Journal of Digital Earth, 10 (3), pp. 284-306.
Winter, J.S., Davidson, E. (2019) Governance of artificial intelligence and personal health information. Digital Policy, Regulation and Governance, 21 (3), pp. 280-290.

005. REDES DEFINIDAS POR SOFTWARE, PARADIGMA DE LAS REDES DE PRÓXIMA GENERACIÓN.

SOFTWARE DEFINED NETWORKING, NEXT GENERATION NETWORK PARADIGM.

Autores:

Ing. Manuel Ramírez Pírez, MSc.
Universidad Tecnológica ECOTEC
Docente
Ecuador
Master en Nuevas Tecnologías para la Educación - Cuba
mramirez@ecotec.edu.ec

Ing. Ana María Arellano Arcentales, MSc.
Universidad Tecnológica ECOTEC
Universidad Agraria del Ecuador
Docente
Ecuador
Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior – Ecuador
aarellano@ecotec.edu.ec
aarellano@uagraria.edu.ec

RESUMEN
Soluciones como servicios en la nube, tecnología 5G, big data e internet de las cosas han posibilitado la evolución de las redes actuales a redes definidas por software, una arquitectura que separa el plano de control del plano de datos haciéndolas flexibles, programables automatizadas dinámicas y escalables. El artículo presenta un análisis de los componentes que intervienen en este modelo de red, con el fin de evaluar y determinar sus funcionalidades en la seguridad, así como los controladores más usados para la implementación de las mismas. Con este fin se desarrolló una investigación documental, que permitió definir los aspectos teóricos relacionados a las redes definidas por software y los principales modelos propuestos por los autores, a partir de este análisis se exponen los criterios más idóneos para un despliegue con SDN. Como principales resultados los autores consideran las ventajas del controlador Floodlight para prestaciones de seguridad que puede trabajar en las capas 2,3 y 4 con soporte para todas las versiones de openflow, con Mininet como software de emulación más utilizado por la flexibilidad, interactividad y escalabilidad que ofrece.

Palabras claves: Controladores, Mininet, OpenFlow, Redes Definidas por Software.

Abstract

Solutions such as cloud services, 5G technology, big data and internet of things that have enabled the evolution of current networks to software-defined networks, an architecture that separates the control plane from the data plane making them flexible, dynamic automated programmable and scalable The article presents an analysis of the components involved in this network model, in order to evaluate and determine their security functionalities, as well as

the most used controls for their implementation. For this purpose a documentary investigation is required, which defines the technical aspects related to the software-defined networks and the main models proposed by the authors, from this analysis the most suitable criteria for a deployment with SDN are exposed. As main results the authors consider the advantages of the Floodlight controller for security features that can work in layers 2,3 and 4 with support for all openflow versions, with Mininet as emulation software most used for flexibility, interactivity and scalability It offers: Key words: Controllers, Mininet, OpenFlow, Software Defined Networks.
Keywords: Controllers, Mininet, OpenFlow, Software Defined Networks.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo tecnológico de las comunicaciones ha experimentado un amplio despliegue en las redes datos tanto fija como móviles, se estima que actualmente existe más de la mitad de la población mundial conectada para un 57% de penetración, esta tendencia debe aumentar para los próximos años con la expansión de internet de las cosas y los espacios inteligentes como ciudades, hogares y fábricas.

Este auge hará que el tráfico en internet crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 26 por ciento entre 2017 y 2022 (Cisco , 2019), con un gran protagonismo de los teléfonos inteligentes.

Esta situación unida a la gran demanda de comercialización de dispositivos móviles con cientos de app, redes sociales, servicios en la nube y la virtualización de dispositivos en la red, hacen que las redes actuales no sean lo suficientemente eficientes para satisfacer los requisitos de las empresas, operadoras y usuarios finales.

En el modelo tradicional de redes, el plano de control es un área que se encarga de tener las políticas de reenvío de datos, ejemplo tablas de enrutamiento, tablas ARP, tabla CAM, es decir, todos los mecanismos que existen para decidir que se hace con una trama entrante y saliente, siendo el plano de datos la parte virtual que se encarga del mecanismo de reenvío, además cada dispositivo tiene un vendedor específico de sistema operativo que controla el plano de datos.

La desventaja de esto radica en la gran complejidad de dispositivos y protocolos de enrutamiento de nivel dos y tres con diferentes configuraciones y servicios. Por tanto, si se quiere establecer una política para cada dispositivo habría que entrar a cada uno de los dispositivos, lo cual se complica, en la medida que la arquitectura de red crece, a esto se suma el hecho que las redes tradicionales se comportan de acuerdo a protocolos que incorpora cada fabricante, basados en más de 5000 RFCs y cualquier modificación tiene que ser aprobada por IETF, tras pasar un proceso estudio para su aprobación.

Ante esta realidad se introduce el concepto de Redes Definidas por Software, (SDN, por sus siglas en inglés Software Defined Networking), este modelo de redes programables y automatizadas, se presenta como una propuesta que brinda mayor velocidad, infraestructura ágil y mejores costos en plataformas cloud IT (Sulca, 2018), con grandes beneficios para todos los sectores de la sociedad principalmente a nivel empresarial.

Para Ecuador constituye una prioridad (Ministerio de Telecomunicaciones, 2019) desarrollar aplicaciones para las redes definidas por software (SDN), esencialmente en virtualización del core LTE (Long Term Evolution), e interconexión entre Centros de Datos mediante redes WAN. La tecnología habilita arquitecturas de nube mediante distribución y movilidad de aplicaciones de manera automatizada aumentado la flexibilidad y la utilización de recursos con una reducción de costos de infraestructura. (Cisco, 2019)

Este nuevo modelo implica separar el plano de control (parte lógica de la red) del plano de reenvío, donde el plano de control controla varios dispositivos. Esta separación permite al

control de la red volverse directamente programable y abstrae la infraestructura a las aplicaciones y servicios de red. (D. Bolatti, 2017)

> Los primeros despliegues de la tecnología se llevaron a cabo en la Universidad de Stanford en el año 2009 y por Global Environment for Network Innovations (GENI) en el año 2010. GENI juntó a las universidades más importantes de Estados Unidos para realizar investigación, experimentación y despliegue de redes SDN y OpenFlow. Posteriormente, en el año 2011 se crea la organización Open Networking Foundation (ONF), la cual tiene como objetivo fundamental la publicación, promoción y adopción de la especificación OpenFlow. Actualmente ONF consta de más de 90 empresas y centros de investigación que ayudan activamente en la adopción de OpenFlow y SDN, dentro de las que se pueden nombrar a empresas como Google, Cisco, HP, entre otras. (Barona & Valdivieso , 2014)

La implementación de este nuevo enfoque en la administración de redes permite a las organizaciones acelerar la implementación y la distribución de aplicaciones reduciendo drásticamente los costos de TI (Tecnología de la Información) mediante la automatización del flujo de trabajo basada en políticas.

Entre las ventajas que ofrecen las SDN se encuentran la virtualización, posibilidad de programar la infraestructura de red a través de lenguajes de programación ya conocidos, ofrecer una administración centralizada pues se puede configurar dispositivos de diferentes marcas de una forma óptima y dinámica, otro aspecto a destacar es que la gran mayoría de las soluciones están basadas en código abierto.

En tal sentido el presente artículo tiene como objetivo definir la arquitectura SDN y sus principales aplicaciones, para ello el trabajo se estructura de la siguiente forma: primero se detallan los componentes teóricos que sustentan el uso de una red definida por software, luego se muestran diferentes implementaciones que abarcan el área de seguridad para finalmente exponer las consideraciones a tener para implementar un modelo SDN.

DESARROLLO

Para el desarrollo de la investigación, se hace una revisión exhaustiva de artículos proporcionados por la base de datos científica de Scopus y google académico, utilizando los descriptores SDN, seguridad, controladores y virtualización. Los registros encontrados oscilaron entre 25 y 30 artículos y más de 20 actas de conferencia.

Este análisis permitió identificar los conceptos teóricos relacionados al objeto de estudio, así como, los componentes y funcionalidades para el diseño e implementación de redes definidas por software, haciendo énfasis en la seguridad.

Las fuentes consultadas correspondieron a trabajos publicados en los últimos tres años por lo novedoso de esta tecnología.

Aspectos teóricos relacionados a las redes definidas por software (SDN)

En la arquitectura tradicional de redes, los controles se encuentran en el nivel de los elementos de red, basándose en sistemas propietarios desarrollados por los fabricantes de equipos; otro

aspecto a destacar de este modelo es que solo puede analizar las cabeceras de la capa 2 en contraparte, SDN es una arquitectura que prevé la separación entre los planes de control y el plan de datos, de forma tal que el control del enrutamiento se realiza por medio software, logrando con ello redes menos complejas y más flexibles.

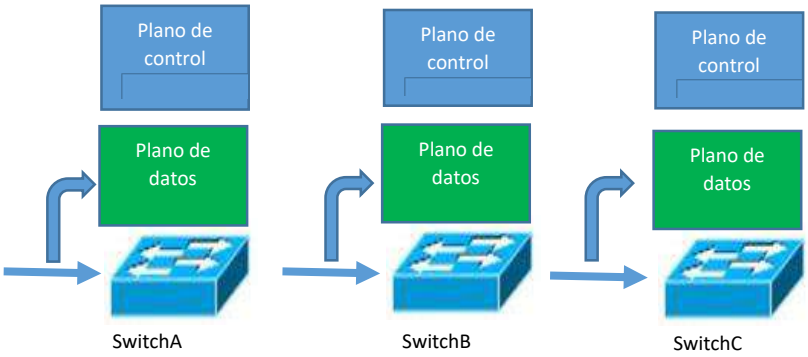


Figura 1 Modelo de red tradicional *(D. Bolatti, 2017)*

La arquitectura SDN se compone de tres capas, la capa de aplicación, la capa de control o controlador SDN y los datos físicos o capa de infraestructura. Tal como se observa en la figura 2, en el medio esta la capa de control o controlador SDN que corresponde a la parte más importante de la arquitectura SDN. Esta capa elimina el plano de control desde el plano físico y lo ejecuta como software integrando con los dispositivos físicos y virtuales en la red, lo que facilita la administración óptima del servicio de red. (Dubey, 2016).

Las APIs son una forma alternativa de proporcionar la abstracción necesaria para SDN y proporcionar una infraestructura altamente programable, estas se dividen en norte y sur. La parte norte se utiliza para la comunicación entre el controlador y las aplicaciones SDN, mediante esta interfaz, las diferentes aplicaciones comunican al controlador las políticas a implementar en la red de manera automatizada. También, se utiliza para que el controlador informe de posibles cambios en la arquitectura de red, y así solicitar nuevas instrucciones a ejecutar en función de cada situación. (Pozuelo, 2016)

La parte sur facilita al controlador la comunicación con los equipos de red, mediante el uso de estas interfaces, el controlador puede realizar configuraciones dinámicas añadiendo, modificando o eliminando entradas en la tabla de flujo de cada dispositivo para satisfacer las demandas y necesidades en tiempo de ejecución

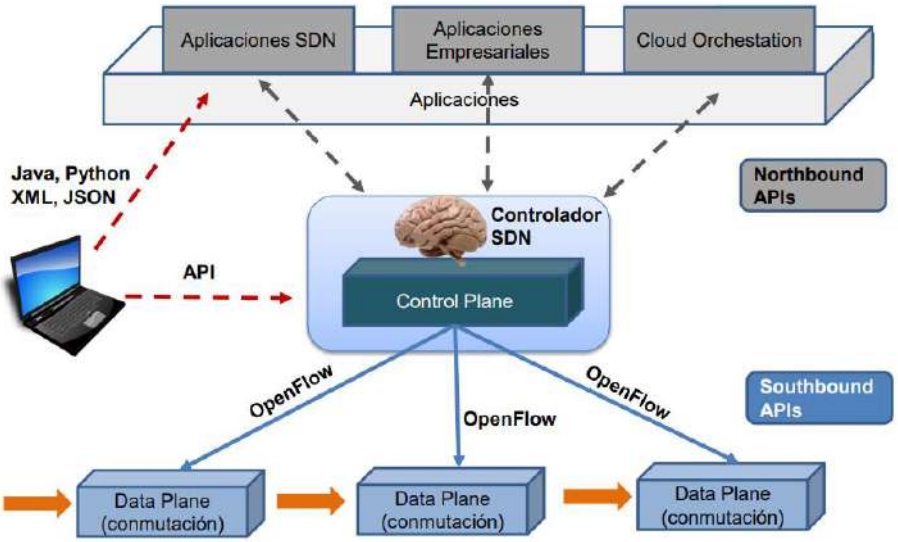


Figura 2 Arquitectura SDN *(Dubey, 2016).*

Las tablas de reenvío en redes SDN se basan en el tratamiento de flujos de datos. Un flujo de datos es un conjunto de paquetes transferidos desde el origen a su destino. Con base en las reglas definidas por el administrador de red, se describen las acciones a tomar para cada flujo; es importante indicar que los flujos son unidireccionales, en caso de requerir comunicación en sentido contrario se tendrán que definir las reglas necesarias para ese otro flujo de datos.
Existen dos tipos de actualización de tablas de reenvío:

- Reactivo: El switch SDN recibe un paquete (1) que no coincide con ninguna entrada en la tabla de flujo, por lo que notifica al controlador (2) que a su vez envía una actualización a la tabla de flujo (3) que le permita al switch manejar el paquete (4).
- Proactivo: El controlador detecta algún cambio en la red: falla de equipo, caída o saturación de enlaces, etc. (1) envía una actualización a las tablas de flujo de los switches (2) minimizando así los tiempos de procesamiento ya que la actualización se lleva a cabo previo a la llegada de paquetes (3) y el switch es capaz de procesarlo (4) adecuadamente. (Salinas, 2017)

Cabe destacar que la eficiencia de OpenFlow está en el uso de controladores que se encargan de centralizar y transmitir la información a la red y manteniendo un paso distribuido a través de los switch y routers. Estos controladores en la red van ubicados dependiendo de cómo estén los switch conectados, se podrían identificar dos formas de configuración, una de ellas es que debería haber un controlador centralizado para que administre y configure todos los dispositivos de la red y la otra que los controladores se repartan de manera distribuida, es decir, un controlador para cada conjunto de switch.

El objetivo de un controlador es redirigir ICMP o paquetes de Ethernet enviados entre los dispositivos finales sin importar el tipo de controlador que se tenga, pero si es importante saber cómo la red debe tomar estas decisiones, los posibles modos de operación de un controlador son los siguientes: centralizados, por flujo, reactivos y proactivos. (Vargas, 2014)

Entre las consideraciones en base al controlador a usar, una de ellas está relacionado al lenguaje de programación a usar el cual, en ocasiones puede afectar el rendimiento del propio controlador. Otro aspecto a tener en cuenta es el entorno, relacionado al tipo de red donde se

introducirá y por último la documentación. Entre los principales controladores como se observa en la tabla 1 se destacan: Nox, Pox, Floodlight, Opendaylight, Beacon, Trema y Ryu entre otros.

	NOX	POX	FLOODLIGHT	OPENDAYLIGHT	BEACON	TREMA	RYU
LENGUAJE DE DESARROLLO	C++	Python	Java	Java	Java	Rudy/C	Python
RENDIMIENTO	Rápido	Lento	Rápido	Rápido	Rápido	Rápido	Lento
SOPORTE OPENFLOW	OF v1.0	OF v1.0	OF v1.0	OF v1.0, v1.3	OF v1.0	OF v1.3	OF v1.0, v1.2, v1.3
VIRTUALIZACIÓN	Mininet y Open vSwitch	Mininet y Open vSwitch	Mininet y Open vSwitch	Mininet y Open vSwitch	Mininet y Open vSwitch	Construcción de una herramienta virtual de simulación	Mininet y Open vSwitch
SOPORTE DE PLATAFORMAS	Linux	Linux, Mac OS, Windows	Linux, Mac OS, Windows	Linux, Mac OS, Windows	Linux, Mac OS, Windows y Android para móviles	Linux	Linux
CURVA DE APRENDIZAJE	Moderada	Fácil	Compleja	Compleja	Moderada	Compleja	Moderada
DISTRIBUIDO	No	No	Si	Si	Si	No	Si

Tabla 1: Tabla comparativa entre controladores opensource atendiendo a las características principales más relevantes de cada uno de ellos. Fuente *(Bonilla, 2016)*

El controlador Nox programado en C++ es capaz de administrar grandes cantidades de flujo de datos. Pox en cambio, fue desarrollado en Python y es un controlador multiplataforma. El controlador Floodlight codificado en Java tiene la capacidad de manejar tabla de flujos y paquetes de datos. OpenDayLight, es una plataforma de código abierto que permite personalizar, acelerar, automatizar el diseño e implementación de redes. Por su parte Beacon está desarrollado en Java y permite manipular su código por ser open source, presenta una visualización de la red y una interfaz de usuario. El controlador Trema tiene integrado un emulador de red openflow por lo cual para aprobar las aplicaciones, no necesita equipos de usuario final. Por último el controlador Ryu desarrollado en Python, provee componentes de software e interfaces API.Use the "Insert Citation" button to add citations to this document.
Uno de los componentes que interviene en una simulación de SDN es el emulador Mininet, con el que se puede crear una red de hosts, switches, controladores y enlaces virtuales, escalables. Su comportamiento es similar a los elementos de hardware. Los hosts corren un software de red Linux estandarizado, los switches soportan OpenFlow con gran flexibilidad para la configuración de ruteo y SDN.

Mininet permite investigar, desarrollar, aprender, armar prototipos, testing, debugging, y otras tareas con el beneficio de tener una red experimental funcionando dentro de cualquier PC. La eficiencia de esta, permite que con un solo comando se cree y ejecute una red, Mininet tiene como característica principal que las configuraciones realizadas en una emulación pueden llegar a ser implementadas en una estructura física sin la necesidad de realizar grandes cambios, además Esta aplicación está disponible de forma gratuita, y se puede disponer del código fuente. (Martínez, 2016), es por ello que sea la herramienta de apoyo a la investigación de las SDN. (Valencia, 2015), siendo capaz de simular conmutadores OpenFlow y ejecutar los controladores del mundo real como NOX, POX, Floodlight8, y Ryu9.

Otro componente que interviene en este diseño es openflow, protocolo de comunicaciones diseñado para dirigir el manejo y enrutamiento del tráfico en una red conmutada, controlada por una fuerte de inteligencia externa. (Vargas, 2014)

Este protocolo ha sido diseñado para que se apoye en tres componentes:

1. Las tablas de flujos instaladas en cada uno de los switches que indicarán a cada dispositivo que hacer con el tráfico.
2. El controlador, que será la “inteligencia” que dialogue con todos los switches y les transmita a estos la información que necesiten.
3. Dispositivos (switches) con soporte para OpenFlow.

Debido a que OpenFlow permite ser programado sobre una base de flujo, una arquitectura basada en SDN – OpenFlow, proporciona un control muy granular de la infraestructura de red, lo que permite responder a los cambios en tiempo real en la aplicación, el usuario e inclusive en los niveles de sesión. (D. Bolatti, 2017)
Al desagregar la pila de dispositivos de red integrados verticalmente y reinventar el plano de control como un sistema operativo independiente del dispositivo, se pueden lograr varios objetivos (OpenDaylight, 2019) entre los que se destacan:

- Interoperabilidad de diferentes tipos de dispositivos físicos y virtuales de diferentes proveedores.
- Optimización de la selección de dispositivos: por precio y rendimiento independientemente de las características de los servicios.
- Visibilidad continua de flujos desde el origen hasta el destino.
- Marco de gestión común para todos los dispositivos.
- Programabilidad para dar forma al comportamiento de la red de acuerdo con las necesidades de los usuarios.
- Automatización

Principales resultados de la revisión bibliográfica

A partir de los conceptos desarrollados anteriormente, a continuación, se exponen algunas investigaciones que han abordado diseños para la seguridad y virtualización.
Como se ha expresado anteriormente un elemento que forma parte de esta arquitectura son los controladores con soporte openflow. En el trabajo desarrollado por (Chico, Mejía, & Bernal, 2018), los autores usan cuatro controladores: NOX, POX, Beacon y Floodlight; para cada uno se desarrolla un componente de software, en el lenguaje de programación determinado por el controlador, como Python y Java, después de analizar el comportamiento del tráfico generado como consecuencia de la aplicación de los protocolos ICMP y resolución de direcciones ARP,

los autores concluyen que el controlador Nox implementado con Python era adecuado según las reglas de flujo definidas adaptable para implementaciones físicas, por tener una mayor cobertura de filtrado.

El controlador POX, también implementado con Python resulto ser una plataforma muy versátil recomendada para el desarrollo de componentes personalizados, además, según este trabajo es el que mayor documentación disponible tiene en internet, así mismo Floodlight, tiene una gran aceptación a nivel comercial debido a las facilidades que ofrece, con una interfaz web bastante amigable a través de la cual se pueden definir reglas de manera mucho más sencilla que el resto de controladores.

Otras de las ventajas que ofrece Floodlight (Cosío, 2017) es la gran documentación que existe y el apoyo entre la comunidad que lo utiliza, también implementa el algoritmo de enrutamiento Dijkstra que posibilita la búsqueda del camino más corto hacia el destino. Finalmente, Beacon resulto ser más difícil de programar por la estructura compleja que presenta.

Redes definidas por software orientadas a la seguridad.

Si bien la tecnología SDN ofrece grandes beneficios para las redes, también ofrece nuevos problemas de seguridad, como son la configuración de firewall. Existen diferentes tipos de firewall, como firewalls de hardware / software, firewalls con estado / sin estado, filtrado de paquetes / nivel de aplicación o tipos centralizados / distribuidos. Uno de los principales inconvenientes de las soluciones de firewall existentes es que sufren un único punto de falla debido a su naturaleza centralizada y la sobrecarga de reglas en un solo dispositivo. (Kaur, 2017).
Este autor tomando como referencia trabajos previos de implementación centralizado de capa 2, donde solo se verifica el tráfico ICMP, propone la implementación de un firewall distribuido sin estado, donde cada conmutador OpenFlow actúa como un firewall para manejar el tráfico TCP, UDP e ICMP, con las siguientes tareas:

- Tarea 1: h1 no debería poder hacer ping a h2.
- Tarea 2: h1 no debería poder hacer ping a h7.
- Tarea 3: h1 no debería poder acceder al servidor web que se ejecuta en h4.
- Tarea 4: h7 no debería poder acceder al puerto 53 de udp en h8.

Para realizar las pruebas se utiliza el simulador Mininet Emulator instalado en Ubuntu 14.04 Linux en una máquina virtual VirtualBox utilizando un controlador POX basado en Python.
Se opta por una opción que permite ingresar reglas en "s3", "s2", "s1" y "s7". El "s3" manejará la tarea 1, las reglas en "s2" manejarán la tarea 2, las reglas en "s1" manejarán la tarea 3 y las reglas en "s7" manejarán tarea 4. De esta forma se distribuyen las reglas a muchos conmutadores para evitar la sobrecarga de los conmutadores con reglas de firewall.

Un trabajo similar lo exponen (Raza , Abdalla, & Kechadi, 2015) en este trabajo los autores luego de hacer pruebas con diferentes software abiertos compatibles con SDN utilizan Kintetic pues se pueden escribir políticas amigables basadas en eventos, así mismo utilizan Frenetic por tener más capacidades de análisis de tráfico en tiempo real y registro de paquetes en redes generado eventos de lógica para la verificación, útil para el filtrado y la seguridad en tiempo real. Para lograr los objetivos se utilizan dos máquinas virtuales con el emulador Mininet para un entorno de centros de datos y controlador basado en Openflow para:

a) Topologías personalizadas y generadoras de tráfico de tres niveles para servidores centrales, periféricos y host.
b) Reglas escritas de Openflow.
c) Controlador VM para conectar la otra topología de centros de datos o servicios de red virtual en la nube (d) y flujo de red para diferentes tipos de tráfico para carga (e) plataforma web para monitoreo de tráfico (d) basada en GUI herramienta de código abierto para monitoreo de tráfico. Este controlador resulta un poco complejo de utilizar por la poca documentación que se dispone.

Por su parte (Muro, 2016) desarrolla una aplicación de seguridad utilizando el controlador POX para detección de intrusos en la red. Las reglas que se siguieron en este trabajo fueron dos, una para las tablas de flujo de forma proactiva y la segunda para los paquetes de forma reactiva en la medida que los paquetes entren al conmutador, en el diseño se emplean tres switches. En dicha red se desea que solamente los usuarios autorizados host h1 y host h2, puedan acceder a la misma desde sus respectivos conmutadores (figura 3), dirección MAC de la interfaz de red, IP especificados en el diccionario "usuarios" que no es más que una lista de control de acceso. De esta forma si un usuario que no esté en esta lista, como es el caso del host h3, trata de acceder a la red; se le debe denegar la comunicación generando una alerta para detectar intrusos en la red. Además, si los usuarios autorizados tratan de acceder desde un conmutador, puerto, MAC, IP, no previamente autorizadas, en la tabla se les deberá denegar el acceso a la red.

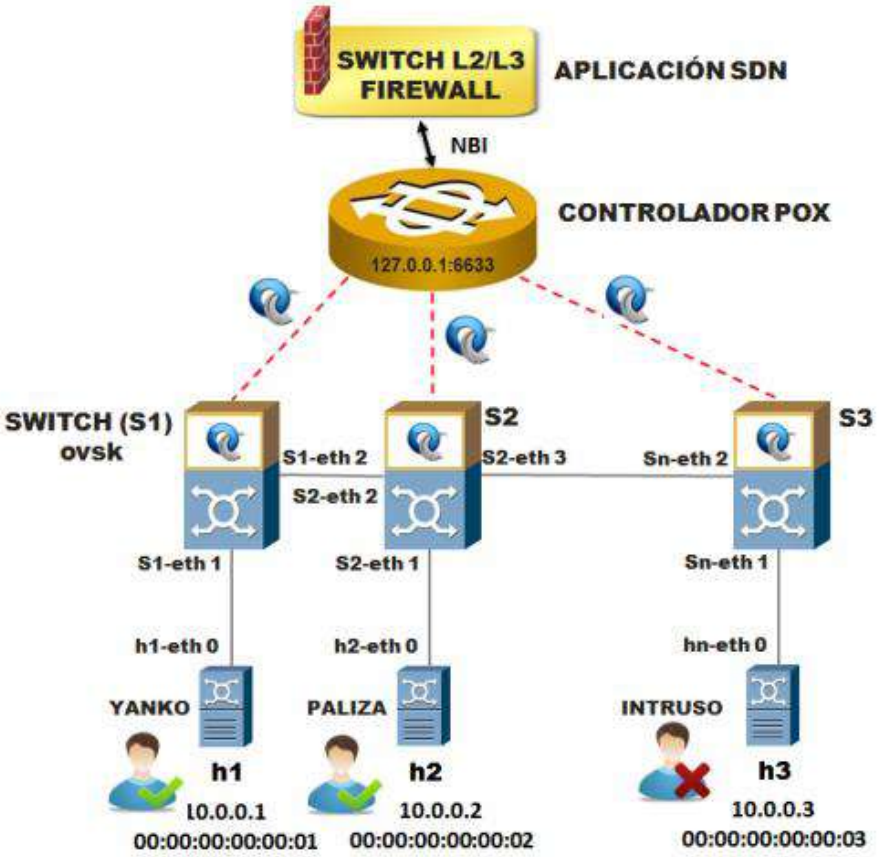


Figura 3 Aplicación SDN que detecta intrusos en la red *(Muro, 2016)*

En (Abdullah, 2018) se implementa un framework con Mininet usando el controlador Floodlight de una proveedor ISP, simulando un ataque DDOS similar a un ataque croosfire.

En este supuesto el objetivo de los atacantes es identificar los enlaces comunes para una región particular, Para ello se propone una red SDN que considera mecanismos de defensa de objetivo móvil (MTD) en el contexto de una red de proveedores de servicios de Internet (ISP) la arquitectura propuesta habilita la seguridad en la fase de reconocimiento, para ello propone la virtualización de las funciones de red (NFV) a utilizar cuando se implementan los mecanismos de MTD de enrutamiento. La idea es cambiar dinámicamente las rutas para paquetes de reconocimiento específicos para que los atacantes no puedan identificar fácilmente la ubicación de los puntos de red.

Los resultados demostraron la efectividad del diseño ya que los atacantes fallan en los intentos debido a longitudes de camino ligeramente aumentadas, tal como se muestra en la Figura 4.

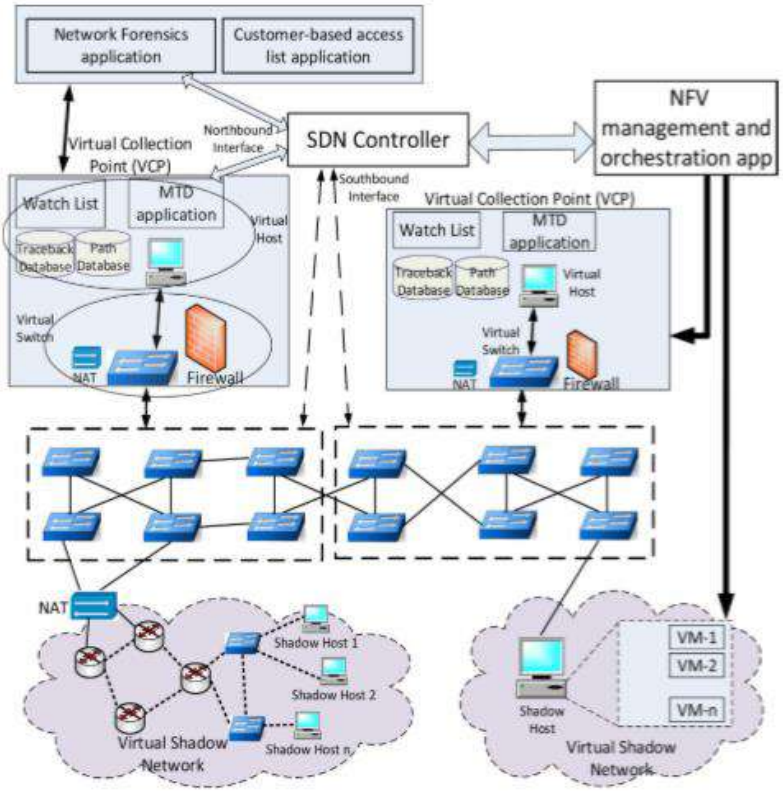


Figura 4 El marco de trabajo propuesto basado en SDN para redes ISP *(Abdullah, 2018)*

El marco ofrece tres estrategias de MTD relacionadas con la mutación de ruta para ofuscar la información de topología de red, para frustrar los ataques indirectos en la fase de reconocimiento. Estas estrategias utilizan la mutación directa en el camino desde una fuente a un destino, o utilizan las redes de sombra y los fantasmas como superposición o redes de terror para dicha mutación.

Otro de los trabajos de simulación que integran la seguridad se encuentra el de (D. Bolatti, 2017). Este proyecto implementa SDN con máquinas virtuales para un datacenter utilizando un simulador de red gráfico GNS3 para virtualizar, planificar, probar y solucionar problemas de una red a través de una plataforma escalable, Mininet para emular la red, Helium como plataforma de código abierto para la configuración y apache Karaf para la creación de servidores basados en OSGi y Wireshark como analizador de protocolos. Con la integración

de estas herramientas se plantea un escenario como se aprecia en la figura 5, donde se observa el trazado oscuro corresponde al protocolo openflow.

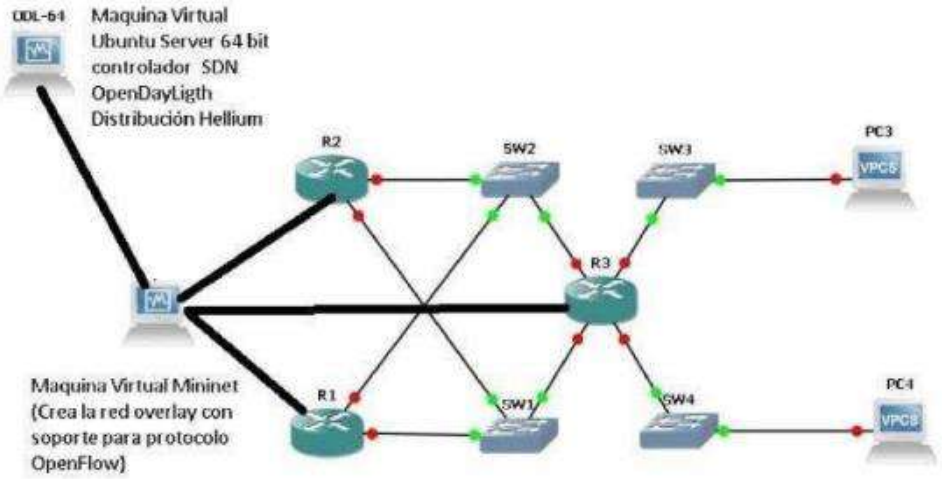


Figura 5 Escenario de pruebas para SDN propuesto, Fuente *(D. Bolatti, 2017)*

Uno de los elementos esperados en el diseño de cualquier diseño de red es la calidad de servicio, (Zhang, 2020) propone el diseño de un nuevo sistema de programación de tráfico, este sistema toma el ancho de banda y el retraso de tiempo como el costo, seleccionando la ruta óptima. Se lleva a cabo el desarrollo secundario del controlador RYU, y se utiliza la topología de red de simulación Mininet para verificar la función del sistema.

La capa de aplicación SDN se divide en tres tipos: aplicación de gestión SDN administra y controla el marco SDN mediante la administración de Restful; la aplicación en la nube SDN gestiona y controla la red combinando Restful API con Neutron componente de OpenStack; la aplicación de usuario SDN gestiona y controla el marco SDN a través de Restful API o RPC definidos por el usuario.

Las principales contribuciones de este documento son un marco de intercambio abierto distribuido y un procedimiento distribuido para el cálculo de la ruta E2E mediante la colaboración entre controladores SDN de múltiples proveedores de servicio que es coordinado por el controlador SDN del NSP que origina la solicitud de servicio gestionado.

CONCLUSIONES

El nuevo paradigma de redes definidas por software será sin lugar a dudas un modelo que paulatinamente se incorpore en los nuevos diseños de redes por la eficiencia, escalabilidad, calidad de servicio y seguridad entre otras tantas ventajas que estas ofrecen, el desafío está en que su implementación requerirá la capacitación y actualización de los ingenieros en redes teniendo en cuenta los nuevos conceptos y tecnologías que estás incluyen.

Este cambio de arquitectura será de forma gradual y tal vez tome algún tiempo teniendo en cuenta que los modelos que soportan las redes actuales disponen de gran variedad y cantidad de equipos que no soportan el protocolo openflow, requisito indispensable para la arquitectura. Es por ello que la mayoría de los diseños que se muestran en los trabajos revisados se enfoquen en implementaciones con simuladores de red como es el caso de Mininet.

En la medida que se incorpore SDN las redes serán más eficientes y dinámicas por la posibilidad de establecer abiertamente los tiempos para políticas de conmutación y enrutamiento. Se podrán leer las cabeceras desde la capa 2 (Datos), hasta la capa trasporte, capa 4 del modelo OSI, es decir direcciones mac origen y destino, direcciones ip origen y destino, así como los puertos TCP y UDP.

A partir de la revisión de las propuestas de algunos autores se pudo detectar que la programación orientada a la seguridad puede ser manejada muy eficientemente en tiempo real tanto a nivel de firewall denegando el tráfico a nivel ip. Los autores consideran desarrollar reglas que tomen en cuenta direcciones MAC y número de puertos.

Para la selección del controlador se deben tener en cuenta varios criterios como el tipo de red donde se introducirá el controlador, número de clientes, topología y tamaño de red, interfaz y lenguaje así como la documentación a partir de ello, y teniendo en cuenta los modelos de despliegue que ofrece la literatura, los autores de este trabajo consideran que el controlador más idóneo para implementación de SDN es Floodlight teniendo en cuenta que puede manejar tablas de flujos y paquetes de datos, para análisis de capa 2,3 y 4 del modelo de referencia OSI, además por ser un controlador que puede integrar recursos virtualizados y reales, compatible con todas las versiones de openflow.

Una de las herramientas más usada según las investigaciones realizadas y que mejores prestaciones ofrece para la emulación de redes definidas por software es Mininet por la flexibilidad, interactividad y escalabilidad que ofrece.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdullah, A. (2018). AmovingtargetdefenseandnetworkforensicsframeworkforISP networksusingSDNandNFV . *FutureGenerationComputerSystems*, 496-509.

Barona, L., & Valdivieso , L. (25 de agosto de 2014). Obtenido de Una Nueva Alternativa a Mininet Emulación de una Red Definida por Software usando VNX: https://journal.espe.edu.ec

Bonilla. (2016). Obtenido de DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN FIREWALL L2 UTILIZANDO REDES: http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13153/INFORME%20CASO%20DE%20ESTUDIO%20-%20ADRIAN%20BONILLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chico, J. C., Mejía, D., & Bernal, I. (2018). *ciecfie.* Obtenido de XXV Jornadas en Ingeniería Eléctrica y Electrónica: http://ciecfie.epn.edu.ec/wss/VirtualDirectories/80/JIEE/historial/XXV/Redes/Memorias-360-369.pdf

Cisco . (25 de agosto de 2019). *Cisco.* Obtenido de https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white-paper-c11-741490.html

Cisco. (25 de agosto de 2019). *Cisco.* Obtenido de https://www.cisco.com/c/es_ec/solutions/software-defined-networking/overview.html

Cosío, V. (2017). *cicese.* Obtenido de https://cicese.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1007/898/1/Formato%20Tesis%20-%20Ernesto%20Cosio%2009-02-2017%20biblioteca.pdf

D. Bolatti, R. C. (2017). Estudio de Herramientas de Simulación en Redes Definidas por Software . *SEDECI*, 176-180.

Dubey, N. (2016). Desde Redes Estáticas a una Red Definida por Software—Una evolución en Proceso. *Isaca*, 540-549.

Kaur, S. K. (2017). Implementación de firewall distribuido basado en flujo abierto. *IEEE*, 172-175.

Martínez, J. E. (2016). *Estudio del funcionamiento de la herramienta Mininet.* Colombia: Universidad Católica de Pereira.

Mininet. (25 de agosto de 2019). *Mininet org.* Obtenido de http://mininet.org/

Ministerio de Telecomunicaciones. (20 de agosto de 2019). *Ministerio de Telecomunicaciones .* Obtenido de Líneas de Investigación: https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2019/01/libro-blanco-lineas-de-investigacion.pdf

Muro, Y. A. (2016). Recuperado el 3 de septiembre de 2019, de PLATAFORMA DE PRUEBAS PARA EVALUAR EL DESEMPEÑO DE LAS REDES DEFINIDAS POR SOFTWARE BASADAS EN EL PROTOCOLO OPENFLOW: http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/7255/Yanko%20Antonio%20Mar%c3%adn%20Muro.pdf?sequence=1&isAllowed=y

OpenDaylight. (20 de agosto de 2019). *OpenDaylight*. Obtenido de https://www.opendaylight.org/what-we-do/what-is-sdn

Pozuelo, G. (junio de 2016). Recuperado el 28 de agosto de 2019, de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/26886/TFG_Alberto_Gutierrez_Pozuelo_2016.pdf

Raza , S., Abdalla, S., & Kechadi, T. (2015). Towards Middleware Security Framework for Next Generation Data Centers Connectivity. *Science and Information Conference, SAI* , 1277-1283.

Salinas, G. A. (2017). *ESTUDIO DE REDES DEFINIDAS POR SOFTWARE E IMPLEMENTACIÓN DE ESCENARIOS VIRTUALES DE PRUEBA.* España: Universidad Politécnica de Madrid.

Sulca, I. C. (2018). *Universidad Complutense de Madrid.* Obtenido de https://informatica.ucm.es/data/cont/media/www/pag-103596/transparencias/redes-por-software-SDN.pdf

Valencia, B. (2015). Mininet: una herramienta versátil para emulación y prototipado de Redes Definidas por Software. *Entre ciencia e ingeniería*, 62-70.

Vargas, W. A. (23 de julio de 2014). Obtenido de Emulación de una red definida por software utilizando MiniNet: https://www.academia.edu/5730624/Emulaci%C3%B3n_de_una_red_definida_por_software_utilizando_MiniNet

Zhang, Z. Y. (2020). Avances en sistemas inteligentes y computación. *CSIA*, 469-478.

006. TECNICAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIO PARA GENERACIÓN DE INDICADORES DE AUDITORIA INTERNA PARA EL SOFTWARE ERP SAP R/3

BUSINESS INTELLIGENCE TECHNIQUES FOR GENERATING INTERNAL AUDIT INDICATORS FOR ERP SOFTWARE SAP R/3

Mercedes Vanessa Alcívar Guaigua
Ingeniera en Computación, Magister en Sistemas de Información con mención en Inteligencia de Negocios.
Universidad Ecotec. Ecuador,
alcivar@mgs.ecotec.edu.ec

Marcos Antonio Espinoza Mina
Universidad Ecotec, Docente Facultad de Ingeniería. Ingeniero en Sistemas, Magister en Negocios Internacionales, Doctorando en Administración UCA. Ecuador,
mespinoza@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La correcta generación de indicadores de auditoría es necesaria para las empresas que manejan un gran volumen de información. En sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) como SAP R/3 se necesitan alternativas de programación adicional para generar estos indicadores, que por sus características requieren excesivos recursos físicos y tiempo de procesamiento; por este motivo se desarrolló una solución de inteligencia de negocios (BI), aplicada a una empresa referente del sector retail del Ecuador, en la búsqueda de una solución económica y eficiente que permita la obtención de estos índices para la toma de decisiones. Se determinaron los indicadores de auditoría interna, y se contextualizó el marco teórico de las herramientas de BI. Para la implementación, se fusionaron las metodologías de desarrollo Scrum y CRISP-DM; se estableció la arquitectura del desarrollo, se diseñó el modelo de datos y la creación del proceso de extracción, transformación y carga (ETL), finalmente se realizó el prototipo de solución con la herramienta Power BI. Como resultado el proceso de auditoría interna se agilizó considerablemente, obteniendo en corto tiempo los indicadores requeridos, entre éstos se encuentran: las transacciones por usuario en diferentes años, desviaciones de cuentas de mayor, vencimiento de proveedores y vencimientos de deudores.

PALABRAS CLAVES: Inteligencia de negocios, Indicadores, CRISP-DM, Power BI.

ABSTRACT

The correct generation of audit indicators is necessary for companies that handle a large volume of information. In business resource planning (ERP) systems such as SAP R / 3, additional programming alternatives are needed to generate these indicators, which due to their characteristics affected excessive physical resources and processing time; For this reason, a business intelligence (BI) solution will be needed, applied to a leading company in Ecuador's retail sector, in the search for an economical and efficient solution that allows obtaining these indexes for decision making. Internal audit indicators were determined, and the theoretical framework of BI tools was contextualized. For the implementation, the Scrum and CRISP-DM development methodologies were merged; The development architecture was

designed, the data model was designed and the creation of the extraction, transformation and loading (ETL) process, finally the solution prototype was carried out with the Power BI tool. As a result, the internal audit process was significantly streamlined, obtaining the required indicators in a short time, among the results were: transactions per user in different years, deviations from mayor accounts, expiration of suppliers and maturities of debtors.

KEY WORDS: Business intelligence, Indicators, CRISP-DM, Power BI.

1. INTRODUCCIÓN

Los avances de las tecnologías, las necesidades de mejorar la productividad, llevar un mejor control del negocio y lograr la integración de la información de toda la empresa, las ha impulsado a implementar un sistema ERP que mejore los procesos y operaciones del negocio; SAP es uno de estos sistemas que es reconocido a nivel mundial por ayudar a las empresas a obtener estos beneficios. Aunque el sistema ERP SAP R/3 cuenta con un módulo de BI su implementación tiene un costo elevado. Sin este módulo se tienen limitantes, una de ellas, es la incipiente disponibilidad de informes consolidados, ya sean diarios o mensuales contables; en muchas ocasiones si un usuario (auditor, gerente o analista contable) ejecuta la visualización de una cuenta mensualmente, puede consumir demasiados recursos de plataforma que ocasiona la caída del sistema.

La empresa de retail referente de estudio cuenta con el sistema ERP SAP R/3 desde el año 2012 con los módulos de finanzas, ventas, compras, producción y su respectiva información de datos maestros de proveedores, clientes y artículos, además de módulo externo de facturación electrónica y un sistema de punto de venta. Los procesos de auditoría interna en esta empresa requieren información de la variación de las cuentas de un año a otro, o los vencimientos de las cuentas por cobrar o por pagar; en la actualidad generar esta información toma muchos recursos de plataforma debido a que son más de seis (6) millones de registros y el procesamiento se lo debe ejecutar en la noche y por partes.

El presente trabajo muestra la aplicación de técnicas de business intelligence (BI) para la generación de índices requeridos por auditoría interna, entre los que se presentan los siguientes: vencimiento de proveedores, vencimiento de deudores, desviación cuentas por años y transacciones por usuario; en forma de dashboard (representación gráfica de indicadores de rendimiento), creados a partir de los datos que se obtienen del ERP, en corto tiempo y con mayor eficiencia.

Los índices de vencimiento de proveedores y deudores permiten establecer si el proceso de pago proveedores y cobro a deudores se realiza de acuerdo a lo previamente definido; dichos índices deben ser generados con un frecuencia mensual para conocer los días vencidos. El índice de desviación de cuentas por años permite establecer si los registros de la información contable se realizan de forma correcta; con una generación de este índice con frecuencia anual, se conocerán los porcentajes de desviación; y finalmente, el índice de transacciones por usuario permite establecer la eficacia de los empleados al registrar la información contable, con un frecuencia anual se conocerá el número de transacciones de cada usuario

2. METODOLOGÍA

El trabajo desarrollado requirió de la aplicación de una metodología de investigación para el conocimiento conceptual de los términos relacionados al objeto del estudio y otra metodología técnica y de desarrollo destinada al uso e implementación de las herramientas de BI.

La revisión documental es un pilar fundamental en los procesos investigativos, aplicando la metodología de investigación descriptiva en el marco teórico se delimitó con mayor precisión el objeto de estudio, se obtuvo la definición de importantes términos como lo son: los

indicadores de auditoría interna, inteligencia de negocios, datawarehouse, datamart, proceso ETL, dashboard, entre otros.

Para obtener los resultados de los indicadores de auditoría interna se realizó una combinación de metodologías de desarrollo; como principal la aplicación de la metodología Scrum para establecer los miembros del equipo y mediante su estructura, contener la segunda metodología en el establecimiento de las tareas, que fue CRISP-DM; para establecer una secuencia de pasos necesarios para el trabajo específico con herramientas de BI.

3. DESARROLLO

3.1. Marco teórico

3.1.1. Indicadores de Auditoría Interna

La información confiable es crucial para el proceso de toma de decisiones, siendo éstas más certeras cuando están basadas en fuentes de datos que ayudan a la empresa a reducir la incertidumbre y el riesgo; el uso de las técnicas de BI en la generación de los indicadores servirá para la toma de decisiones, como es el caso de los indicadores de auditoría interna que permiten conocer las cuentas contables que han tenido mayor desviación de año a año o los montos por fecha de vencimiento en diferentes años para deudores y acreedores, motivos de esta investigación.

Según Rueda (2017), la auditoría interna es una actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta, concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización y va encaminada hacia el cumplimiento de lo siguiente: (1) En qué medida se cumplen los planes y procedimientos derivados de dirección. (2) Revisión y evaluación de la aplicación de los controles operativos, contables y financieros. (3) Verificar y evaluar la información contable, que ésta sea veraz y responda a la realidad económica de la empresa. (4) Realización de investigaciones especiales y extraordinarias que la dirección exija. (5) Preparación de informes de auditoría sobre las irregularidades que se pueden encontrar a término de las investigaciones, determinando asimismo posibles recomendaciones para solventar aquellas. Adicionalmente, Tapia (2017) señala que los temas importantes a evaluar son: efectivo, cuentas por cobrar, inventarios, deuda, cuentas por pagar y capital contable.

3.1.2. Inteligencia de negocios

Se debe tener claro que es BI, para esto se ve lo que expresan diversos autores:
“BI está formada por un paquete de herramientas o productos que facilitarían desde una nueva forma de estructuras y organizar los datos, hasta nuevas y múltiples formas de explotar estos convirtiéndolos en información de análisis y gestión” (Giner, 2004, p130). Indica Puerta, (2015, p.13): que “BI es una metodología de gestión aplicada por herramientas de software, con el fin de generar ganancias en los procesos de tomas de decisiones en todos los niveles de gestión de la industria”. Para Barceló, (2001, p.102) “BI es la habilidad empresarial para acceder y explorar información, a menudo contenida en el datawarehouse con el objeto de analizar las mismas para desarrolla nuevas perspectivas y conocimiento que ayuden a mejorar el proceso de toma de decisiones”.

Por lo tanto, BI es la habilidad empresarial aplicada por paquetes de herramientas de software con el objeto de analizar la información y desarrollar nuevos conocimientos para la toma de decisiones; siendo las metodologías de Scrum y CRISP-DM, las utilizadas en este trabajo.

3.1.3. Datawarehouse

Se revisan los conceptos que diversos autores han definido para un datawarehouse:
"Un datawarehouse en un repositorio de datos que proporciona una visión global, común, e integrada de los datos de la organización – Independientemente de cómo se vayan a utilizar posteriormente por los consumidores y usuarios con las propiedades siguiente, estable, coherente, fiable y con información histórica" (Conesa, 2018, p186). Para Giner, (2004, p130): "Un datawarehouse más que una herramienta o producto informático es un concepto o filosofía la cual se implementa mediante el proceso de la estructura física de los datos que serán objeto del almacenamiento y posterior explotación con fines analíticos y de gestión y el almacenamiento de los datos en las llamadas bodegas de datos". Según Calle, (1997, p115): "Un datawarehouse es una plataforma en la que se almacenan y mantienen datos de áreas interfuncionales de una organización. Los datos procedentes de los almacenes operacionales una vez que son integrados, consolidados y depurados sirven no solamente para apoyar aplicaciones específicas sino también para aplicaciones de ayuda a la decisión".

Se concluye que un datawarehouse es un repositorio unificado para los datos que recogen los diversos sistemas de una empresa, puede ser físico o lógico y hace hincapié en la captura de datos de diversas fuentes para fines analíticos y de acceso. En este estudio el Datawarehouse es un servidor con SQL Server 2008.

3.1.4. Datamarts

Diferentes autores definen el datamart como lo siguiente:

- "Almacén de datos especializado, orientado a un tema, integrado volátil y variante en el tiempo para apoyar un subconjunto específico de decisiones de administración" (Date, 2015, p710).
- "Sub-Datawarehouse, subconjunto de datos centrados en torno a un área concreta de la organización y que le servirá para la toma de decisiones" (Collado, 2014, p.40).
- "A diferencia del datawarehouse que combina información proveniente de toda la empresa, los datamart son más chicos y focalizados en un tema, área o departamento. Generalmente los datamart son un subconjunto de datos de un datawarehouse más grande" (Croxatto, 2016, p201).

Por lo tanto, datamart es una versión de un datawarehouse con un enfoque departamental, esto es, representa un subconjunto de datos que tienen como finalidad dar respuestas a los análisis de áreas específicas o departamentales dentro de una compañía. En esta investigación los Datamart contienen las transacciones contables y partidas abiertas de proveedores y deudores.

3.1.5. Proceso ETL

ETL es un sistema que tiene la capacidad para leer los datos almacenados, transformarlos y cargarlos en otro almacén de datos, donde el ETL de los datos se llama fuente y el almacén donde los carga se llama objetivo" (Mostazo, 2015, p26). Es decir, ETL es un proceso que permite a las organizaciones mover datos desde múltiples fuentes, reformatearlos y cargarlos en otra base de datos (datawarehouse) con el objeto de analizarlos.

Afirma Mostazo (2015), que las distintas fases o secuencias de un proceso ETL son: extracción de los datos desde uno o varios sistemas fuente, transformación de dichos datos,

posibilidad de reformatear y limpiar estos datos cuando sea necesario y carga de dichos datos en otro lugar o base de datos, un datamart o un datawarehouse, con el objeto de analizarlos o apoyar un proceso de negocio. Para la implementación se desarrollaron un conjunto de query que permitieron los procesos ETL.

3.1.6. Dashboard

Luego de que el Datawarehouse es creado se requiere la herramienta que permita la explotación de la información, para esto se ha escogido el dashboard porque presenta la información de forma más comprensible. Se debe tener claro este concepto según los diferentes autores:

- "Herramienta de visualización de estadísticas y datos de rendimiento de una empresa" (Roman, 2018, p105).
- "Un dashboard es la visualización de los datos utilizados para monitorear condiciones y/o facilitar la comprensión" (Wexler, 2017, p2).

De tal forma que en este artículo se presentan los dashboard de las principales métricas o indicadores que intervienen en la consecución de los objetivos de la estrategia empresarial.

3.1.7. Plataforma Power BI

Para escoger la herramienta adecuada para el desarrollo del proyecto de BI se revisa el cuadrante de Gartner(2019), que es generado por el grupo Gartner, que se dedica a la consultoría e investigación del mercado de las nuevas tecnología y elabora un ranking de los fabricantes con mejores soluciones y productos; así pues, de esta revisión se destaca que la herramienta de Microsoft Power BI está entre las herramientas líderes y visionarias en BI; existen otras herramientas como Tableau, Pentaho, SAP Business Object, Oracle BI que tienen similitudes, pero Power BI da la opción de uso de una versión gratuita, que es muy robusta y además trabaja muy bien con grandes cantidades de datos que es el caso de la implementación, por ello su selección.

Los dashboard de este desarrollo fueron elaborados en esta plataforma.

3.1.8. Metodología de BI: CRISP-DM

CRISP-DM, que son las siglas de Cross-Industry Standard Process for Data Mining, es un método probado para orientar los trabajos de BI. Como metodología CRISP-DM, incluye descripciones de las fases normales de un proyecto, las tareas necesarias en cada fase y una explicación de las relaciones entre las tareas. El ciclo vital del modelo contiene seis fases con flechas que indican las dependencias más importantes y frecuentes entre fases (Kerber, 2000). Las etapas son: comprender el negocio, comprender los datos, preparar los datos, modelar, evaluar e implementación. Con esta metodología CRISP-DM se genera el plan de pruebas, para realizar comparaciones de los resultados obtenidos en el sistema ERP SAP R/3 y los obtenidos en la herramienta Power BI.

3.1.9. Metodologías ágiles: Scrum

Scrum es un marco de trabajo por el cual las personas pueden acometer problemas complejos adaptativos, a la vez que entregar productos del máximo valor posible productiva y creativamente. Scrum es ligero, fácil de entender y extremadamente difícil de llegar a dominar, afirma Sutherland (2014). Scrum se basa en el desarrollo incremental de los requisitos del proyecto en bloques temporales cortos y fijos (iteraciones de un mes natural y hasta de dos

semanas, si así se necesita). Scrum con su herramienta de historias de usuario permitió la definición de los requerimientos funcionales y no funcionales que fueron recabadas luego de las consultas a los responsables del proceso de auditoría interna.

3.2. Metodología aplicada en el proyecto

La solución propuesta se basó en la metodología SCRUM en conjunto con la metodología CRISP-DM para una realización ágil del proyecto. Para la definición de los requerimientos funcionales y no funcionales se utilizó la herramienta de historias de usuario (de acuerdo a Scrum) que fueron recabadas luego de las respectivas consultas a los expertos del proceso de auditoría interna, en la Tabla 1 se detallan los pasos ejecutados de las metodologías en conjunto:

Tabla 2 Aplicación de las metodologías SCRUM con CRISP DM

SCRUM	Etapas SCRUM y CRISP-DM
	Definición de roles y responsabilidades
	Historias de usuario
	Definición de los componentes que conforman el núcleo de la arquitectura tecnológica
Sprint 1	Comprensión del negocio
Sprint 2	Comprensión de los datos
Sprint 3	Preparación de los datos
Sprint 4	Modelado
Sprint 5	Evaluación
Sprint 6	Despliegue o implantación

Fuente: Elaboración Propia

3.2.1. Definición de los componentes del núcleo de la arquitectura tecnológica.

Los componentes (ver figura 1) del aplicativo fueron: (1) la fuente de datos que es el ERP SAP R/3 EHP4 6.0 release 604 con su base de Datos Oracle 11.2.0.3.0, (2) el proceso de extracción, transformación y carga con el aplicativo Integration Services donde se generó la información hacia (3) el Datawarehouse que es un servidor con SQL Server 2008, que tiene los Datamart de transacciones contables y partidas abiertas de proveedores y deudores, esta información se procesó en la herramienta Power BI para presentar (4) los dashboard.

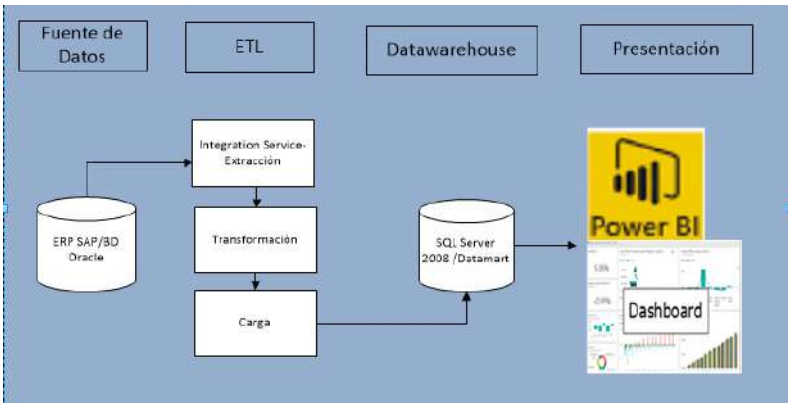


Figura 1 Arquitectura del Proyecto

Fuente: Elaboración Propia

3.2.2. Evaluación de la situación

Cuando se requería generar la información de auditoría interna, se crea una solicitud de requerimiento, luego se tenía que realizar un desarrollo personalizado en el ERP SAP, este se lo ejecutaba en las noches y por partes para evitar consumir demasiados recursos del sistema, debido a que son más de seis millones de registros para procesar, esto tomaba semanas en realizarse, luego se unificaba la información generada, la cual no estaba simplificada, por lo que se tornaba difícil la toma de decisiones sobre esta información.

3.2.3. Descripción y preparación de los datos

Los datos utilizados en el proceso fueron aquellos referentes a las cuentas contables que se encuentran en la base de datos Oracle del ERP SAP. Se necesitó información como: número cuenta, proveedor, deudor, fecha de vencimiento, usuario, entre otros. Finalmente, los datos adquiridos fueron:

- Proveedores: Cada proveedor está identificado por un número, y está relacionado a un grupo de tesorería que los agrupa.
- Deudores: Cada Deudor está identificado por un número, y está relacionado a un grupo de tesorería que los agrupa.
- Cuenta de Mayor: Cada cuenta de Mayor está identificado por un número y está agrupada por una clase de documento que identifica el tipo de operación.
- Fecha de Vencimiento: Las fechas son extraídas con el formato AAAAMMDD donde AAAA es el año, MM es el Mes y DD es el día.

Los atributos analizados fueron: Fecha de Vencimiento, Fecha de Documento, Fecha de Contabilización de Documento, Id de Proveedor, Id Deudor, Id de Cuenta de Mayor, Id usuario.

Las tablas que contienen los datos analizados fueron:

- BSIS: Tabla de Partidas Abiertas de Transacciones de cuentas de Mayor.
- BSAS: Tabla de Partidas Compensadas de Transacciones de cuentas de Mayor.
- ZTFBL1N_PA: Tabla de Transacciones Históricas de Partidas Abiertas.
- ZTFBL5N_PA: Tabla de Transacciones Históricas de Partidas Abiertas Deudores.

Las fórmulas que se aplicaron a los datos se presentan en la Tabla 2 en la matriz fuente destino para indicadores.

Tabla 2 Matriz fuente-destino de indicadores

Indicador	**Origen**	**Transformación**	**Destino 1**	**Destino 2**
Indicador de Desviaciones de cuentas de mayor y Transacciones por usuario	hkont Lib_mayor	Dimensión_libro_mayor	Dimensión_libro_mayor	
	bkpf.USNAM usuario	Dimensión_usuario	Dimensión_usuario	
	bkpf.gjahr Año	Dimensión_año	Dimensión_año	
		Hecho Transacciones	Sumatoria de las transacciones por usuario	
	Desviación	Hecho_Desviaciones	Sumatoria Por Meses del monto	Desviación por Año: Mes Años 1 - Mes Año 2

	Porcentaje de Desviación	Hecho_Desviaciones	(Valor 2 * 100) / Valor 1
Indicador de Vencimientos Proveedores	Rango Dias_Vencidos	Atributo	
	Importe	Hecho_Vencimientos	Sumatorias de los vencimientos
	Dimensión Fecha	Dimensión Fecha	Dimensión Fecha
Indicador de Vencimientos Deudores	Rango Dias_Vencidos	Atributo	
	Importe	Hecho_Vencimientos	Sumatorias de los vencimientos
	Dimensión Fecha	Dimensión Fecha	Dimensión Fecha

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4. Descripción de los indicadores

En la Tabla 3 se muestra la descripción de los indicadores objeto de este estudio, junto con detalles de tipo, para qué sirve, proceso, fórmula, entre otros.

Tabla 3 Descripción de indicadores

Nombre del indicador	Tipo	Para qué sirve	Proceso	Fórmula	Unidad	Frecuencia de medición	Fuente de información
Vencimiento de proveedores	Eficacia	Establecer si el proceso de cobro se realiza a lo definido	Proceso de Pago proveedores	Sumatorias de los vencimientos	Días de Vencimiento	Mensual	ERP SAP S/3, tabla ZFBL1N_PA
Vencimiento de deudores	Eficacia	Establecer si el proceso de pago se realiza a lo definido	Proceso de Cobro deudores	Sumatorias de los vencimientos	Días de Vencimiento	Mensual	ERP SAP S/3, tabla ZFBL5N_PA
Desviación cuentas por años	Eficacia	Establecer si los registros de la cuentas de mayor son correctas	Registro de Información Contable	Desviación por Año: Mes Años 1 - Mes Año 2	% de Desviación	Anual	ERP SAP S/3, tabla BSIS, BSAS, BKPF
Transacciones por usuario	Eficiencia	Establecer eficiencia de los empleados en sus labores	Registro de Información Contable	Sumatoria de las transacciones por usuario	Número de transacciones	Anual	ERP SAP S/3, tabla BSIS, BSAS, BKPF

Fuente: Elaboración Propia

3.2.5. Modelado

Con la definición de los campos y las tablas que se utilizaron se generó el diagrama de tablas en el SQL Server Management Studio para su implementación. Como la información que se analizó fue en tablas independientes, en el diseño de tablas se tienen datas separadas, ver figura 2.

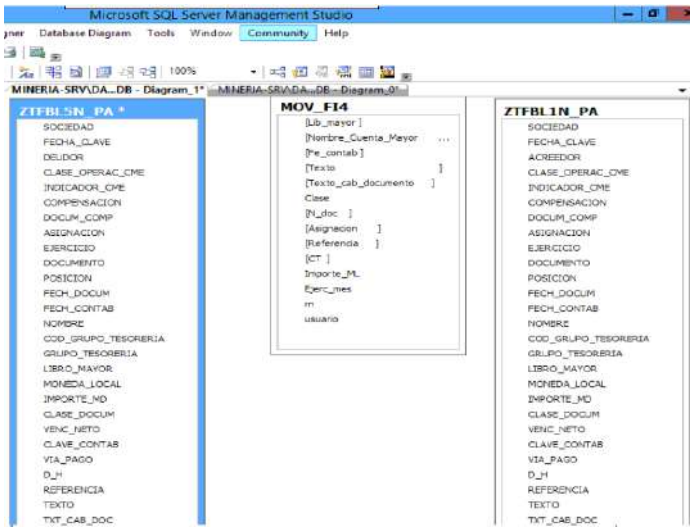


Figura 2 Modelo de Datos Datawharehouse en Microsoft SQL Server Management Studio
Fuente: Elaboración Propia, utilizando el diagrama de Base de Datos del Microsoft SQL Server Management Studio

3.2.6. Diseño del ETL

Se desarrollaron un conjunto de query que permitieron los procesos ETL, es decir la extracción, transformación y carga de datos para el proyecto, en la figura 3 se platea el diseño general.

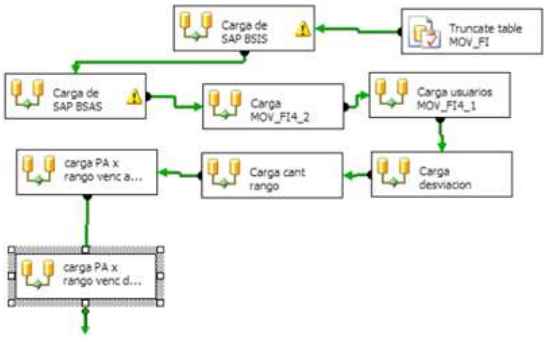


Figura 3 ETL Global del Proyecto en SQL Server Integration Services
Fuente: Elaboración Propia, utilizando Control Flow del SQL Server Integration Services

3.2.7. Desarrollo del módulo de visualización

Se utilizó la implementación de dashboard porque es la técnica que permite la presentación de los datos de forma gráfica, fácilmente entendible por el usuario, esta implementación se realizó con el aplicativo Power BI en su versión gratuita, para medir la funcionalidad de la herramienta por un período de tiempo de un año.

Siguiendo CRISP-DM para la elaboración de los dashboard se realizó la conexión a la Base de Datos que tiene los datos ya preparados para presentar. Posteriormente, cuando fue

cargada la información, se presentó el diseño de las tablas usadas, como se muestra en la figura 4.

Figura 4 Diseño de las tablas en Power BI

Fuente: Elaboración Propia, utilizando la herramienta Relationships de Power BI

Se explotó la información ya resumida a ser analizada, utilizando los campos de Power BI detallados en la Tabla 4.

Tabla 4. Dashboard Generados

Producto Esperado	Campos en Power BI	Producto Esperado	Campos en Power BI
Dashboard de Transacciones Por usuario	MOV_FI4_1 año cant usuario	Dashboard de Transacciones Por usuario en diferentes años	MOV_FI4_1 año cant usuario
Dashboard de vencimientos proveedor	MOV_FI4_4 FECHA_CLAVE rango valor	Dashboard de vencimientos Deudor	MOV_FI4_5 FECHA_CLAVE rango valor
Dashboard de Desviaciones de Cuentas por año	MOV_FI4_2 año1 año2 desviacion Lib_mayor1 porc rango		

Fuente: Elaboración Propia, utilizando la herramienta report de Power BI

Luego de escoger los campos que se presentaron en el dashboard se seleccionaron las gráficas con las cuales se analizaría la información a través de filtros.

La pantalla principal de los dashboard cuenta con seis hojas: de deudores, cuentas de mayor, proveedores por clase de documento, deudores por clase de documento, proveedores por monto, deudores por monto y nivel de transacciones por usuario, ver la figura 5. Posteriormente se aplicaron los filtros detallados según las necesidades de visualización que requería el usuario.

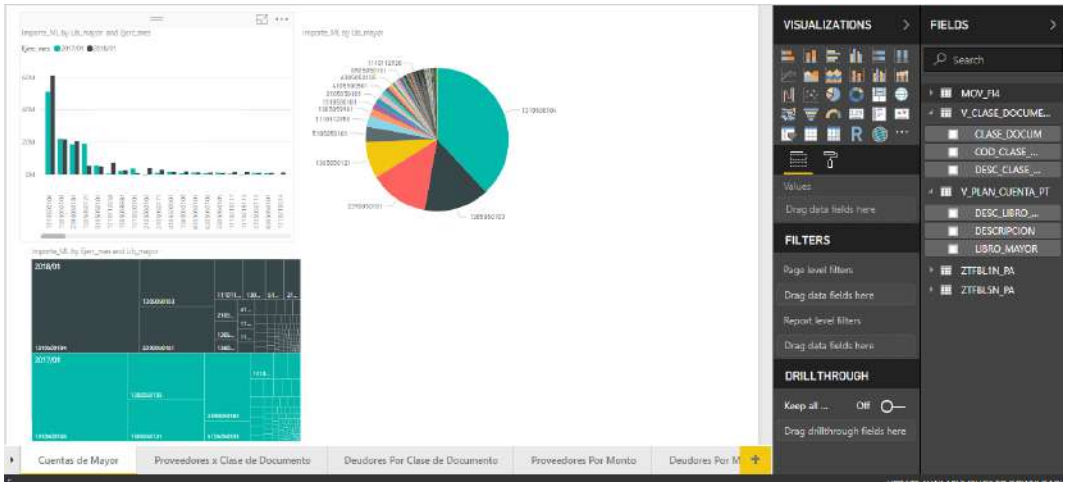


Figura 5 Pantalla Principal del Proyecto en Power BI

Fuente: Elaboración Propia, utilizando la herramienta report de Power BI

3.2.8. Pruebas

Siguiendo la metodología CRISP-DM se genera el plan de pruebas, a través del cual se realizaron comparaciones de los resultados obtenidos mediante la programación en el sistema ERP SAP R/3 y los obtenidos finalmente en la herramienta Power BI. En las tablas 5, 6, 7 y 8 se detallan los resultados del plan de pruebas.

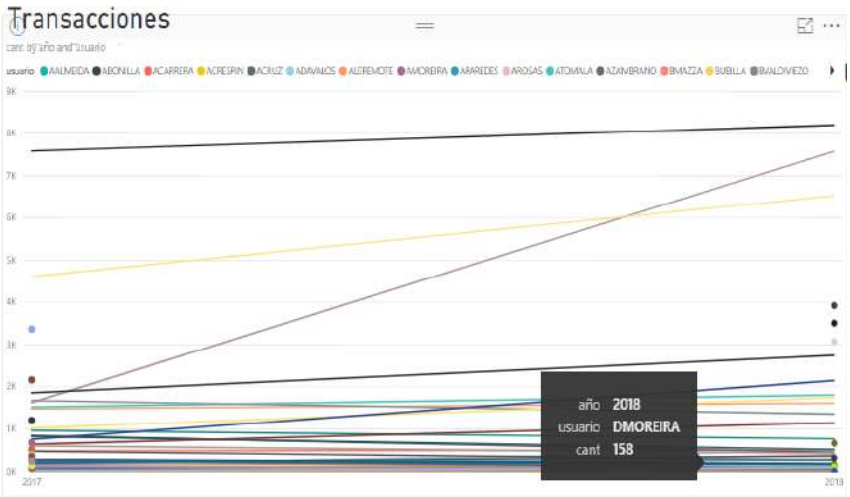
Tabla 5 Resultados de prueba de dashboard de transacciones por usuario

Salida Esperada	En ERP SAP R/3:
Salida Obtenida	En Power BI:

Data Browser: Tabla BKPF 158 aciertos

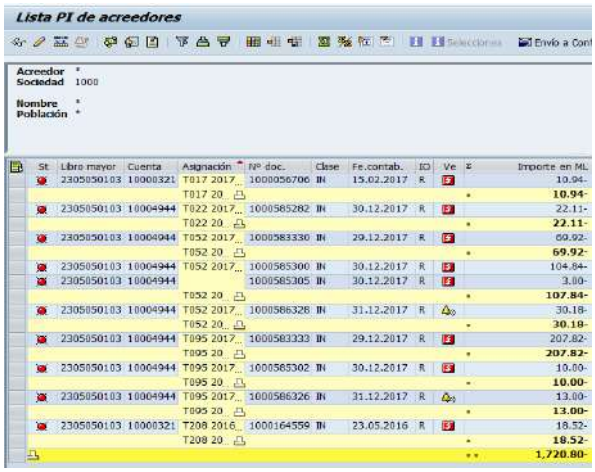
Tabla verificación

MANDT	BUKRS	BELNR	GJAHR	BLART	BUDAT	WWERT	USNAM	TCODE
300	1000	4900000710	2018	WL	02.01.2018	02.01.2018	DMOREIRA	VL02N
300	1000	4900001363	2018	WL	02.01.2018	02.01.2018	DMOREIRA	VL02N
300	1000	4900002717	2018	WL	03.01.2018	03.01.2018	DMOREIRA	VL02N
300	1000	4900003503	2018	WL	04.01.2018	04.01.2018	DMOREIRA	VL02N

			
Resultado:	Correcto	Estado:	Finalizado

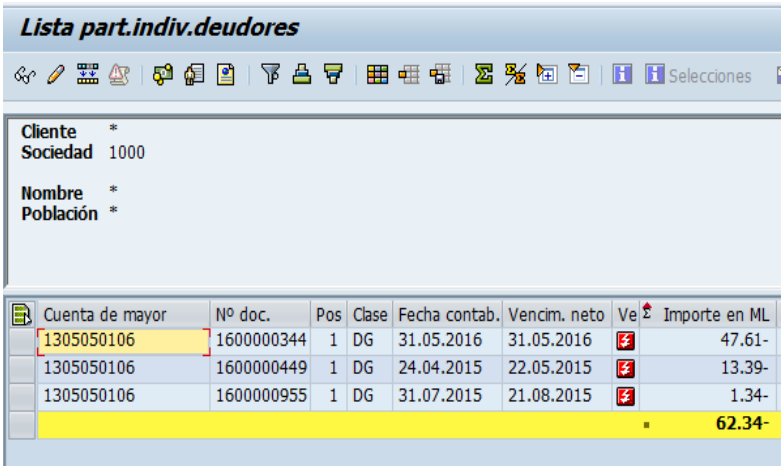
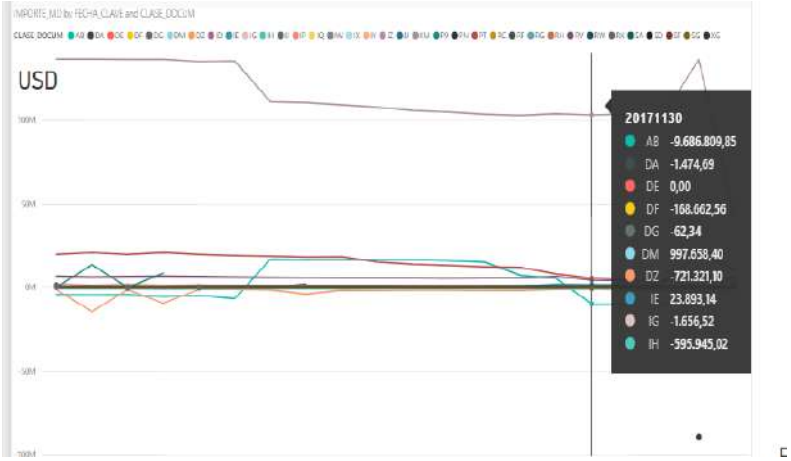
Fuente: Elaboración Propia, utilizando la herramienta report de Power BI y el diccionario ABAP de ERP SAP R/3

Tabla 6. Resultados de prueba de dashboard de vencimiento de proveedores

Salida Esperada	En ERP SAP R/3: 		
Salida Obtenida	En Power BI:		
Resultado:	Correcto	Estado:	Finalizado

Fuente: Elaboración Propia, utilizando la herramienta report de Power BI y reportería de ERP SAP R/3

Tabla 7. Resultados de prueba de dashboard de vencimiento de deudores

Salida Esperada	En ERP SAP R/3: 		
Salida Obtenida	En Power BI: 		
Resultado:	Correcto	Estado:	Finalizado

Lista part.indiv.deudores

Selecciones

Cliente *
Sociedad 1000

Nombre *
Población *

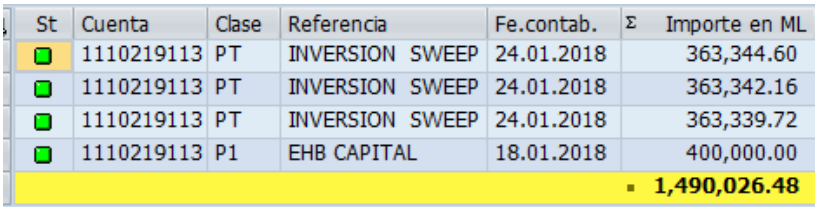
Cuenta de mayor	Nº doc.	Pos	Clase	Fecha contab.	Vencim. neto	Ve	Σ Importe en ML
1305050106	1600000344	1	DG	31.05.2016	31.05.2016		47.61-
1305050106	1600000449	1	DG	24.04.2015	22.05.2015		13.39-
1305050106	1600000955	1	DG	31.07.2015	21.08.2015		1.34-
							62.34-

USD

20171130
AB -9.686.809,85
DA -1.474,69
DE 0,00
DF -168.662,56
DG -62,34
DM 997.658,40
DZ -721.321,10
IE 23.893,14
IG -1.656,52
IH -595.945,02

Fuente: Elaboración Propia, utilizando la herramienta report de Power BI y reportería de ERP SAP R/3

Tabla 8. Resultados de prueba de dashboard de desviaciones de cuentas de mayor

Salida Esperada	En ERP SAP R/3: 
Salida Obtenida	En Power BI:

St	Cuenta	Clase	Referencia	Fe.contab.	Σ Importe en ML
	1110219113	PT	INVERSION SWEEP	24.01.2018	363,344.60
	1110219113	PT	INVERSION SWEEP	24.01.2018	363,342.16
	1110219113	PT	INVERSION SWEEP	24.01.2018	363,339.72
	1110219113	P1	EHB CAPITAL	18.01.2018	400,000.00
					1,490,026.48

Resultado:	Correcto	Estado:	Finalizado

Fuente: Elaboración Propia, utilizando la herramienta report de Power BI y reportería de ERP SAP R/3

3.2.9. Evaluar los resultados

Cada uno de los dashboard generados se contrastaron con la información registrada en SAP durante solo un día, debido a que este proceso requiere muchos recursos del sistema ERP y no es autorizado por el Basis, quien es la persona encargada de monitorear, ver el consumo de memoria del sistema y asignar autorizaciones.

La evaluación de la generación de los indicadores, procesados de forma independiente, tomó pocos minutos en su ejecución de actualización y procesamiento; los usuarios de auditoría interna quedaron satisfechos con el resultado; sin la herramienta de BI, estas evaluaciones duraban un mes, por la cantidad de transacciones a evaluar desde el ERP.

En el dashboard de transacciones por usuario se evidenció que existen dos usuarios cuyo número de transacciones es mayor con respecto a los otros usuarios, esto ayudó al departamento de auditoría interna a establecer que en el área de contabilidad debía de distribuirse de mejor manera el ingreso de transacciones en el sistema ERP SAP R/3.

También se obtuvo el comparativo por año de las transaccione generadas de cada usuario del ERP, esto permitió al departamento de auditoría interna establecer si había variaciones en las funciones de los usuarios; se detectó que existen usuarios que entre año y año han aumentado considerablemente el número de transacciones en las que han trabajado.

En el indicador dashboard de vencimiento por proveedores, se comparó los resultados de un mismo día entre dos años diferentes, se conoció cómo estaban los vencimientos en los proveedores, se observó que en el año vigente habían disminuido los pagos con un vencimiento mayor a sesenta días y además aumentó los pagos que están en menos de treinta días. Este resultado para el departamento de auditoría interna es alentador porque esta era una observación que se tenía, debido a que se estaba elevando la cantidad de transacciones de proveedores vencidas. Con este resultado se estableció que los procedimientos están mejorando y que se deben de mantener porque aún existen vencimientos mayores a sesenta días.

El dashboard de vencimientos de deudores indicó que el procedimiento ha mejorado totalmente, la mayoría de las transacciones se encuentran con un vencimiento menor a treinta días; para el departamento de auditoría interna, esto demuestra que se han tomado mejoras en cuanto a los cobros empresariales. El departamento de cobranza tenía una observación por parte del departamento de auditoría interna, luego del análisis realizado con el dashboard de vencimientos de deudores se quitó dicha observación que tenía el departamento de cobranzas por las tardanzas que tenían al realizar los cobros.

El dashboard de desviaciones de cuentas por año estableció que han aumentado el número de cuentas con una desviación mayor al treinta por ciento. Con este indicador el departamento de auditoría interna se enfocó en esas cuentas para establecer posibles procedimientos o registros de transacciones erróneas, evaluando las cuentas que se encuentran en este rango, en conjunto con el departamento de contabilidad.

Para medir la satisfacción del departamento de auditoría interna con respecto a la implementación realizada se efectuó entrevistas a las cinco personas que forman el departamento de auditoría interna, y en los resultados se expresó que los indicadores generados sí ayudaron a la toma de decisiones, y ahora toma menor tiempo su generación. Adicionalmente, se analizó el impacto de cada indicador en la empresa, ver tabla 9.

Tabla 9. Impacto de los Indicadores Creados

Indicadores	Impacto en los procesos
Indicador de transacciones Por usuario	Se define distribuir de mejor manera las tareas que realizan los usuarios, además usar un usuario especializado para la carga de extractos bancarios para así poder determinar exactamente cuál es la transaccionabilidad de los usuarios.
Indicador de vencimientos proveedor	Se toma la decisión de mejorar el proceso de pago de proveedores siempre realizando los pagos al más vencido exceptuando ciertos proveedores que son claves para las compras.
Indicador de vencimientos Deudor	Se define realizar una campaña de cobros a las empresas deudoras que tienen más de 90 días.
Indicador de desviaciones de Cuentas por año	Se revisan todas las cuentas que tienen desviaciones mayores al 30% entre años para determinar posibles errores en los registros contables registrados.

Fuente: Elaboración Propia

4. CONCLUSIONES

Se determinó la importancia y pertinencia de los indicadores de auditoría interna más relevantes, como lo son: las transacciones realizadas por usuario, las desviaciones de cuentas de mayor, los vencimientos de proveedores y los vencimientos de deudores; por lo cual se presenta la Tabla 3, donde se presenta el tipo, para qué sirve, la fórmula, la frecuencia de medición entre otros detalles.

Se contextualizó en el marco teórico cada uno de los conceptos utilizados en la investigación como: indicadores de auditoría interna, BI, datawarehouse, datamart y dashboard. Adicionalmente se describió las metodologías usadas en el proceso de investigación y de aplicación de BI como: investigación descriptiva, Scrum y CRISP-DM.

Se diseñó el modelo de datos que soporta la extracción, transformación y carga, obteniendo así el ETL que sirve para obtener la información desde el ERP SAP R/3, como resultado se elaboró un datamart con tres tablas que abastecieron a los cinco indicadores requeridos.

Se desarrolló e implementó una solución de BI en Power BI que perfecciona la generación de indicadores de auditoría interna en la empresa referente de estudio, realizando la generación de los indicadores solicitados por auditoría interna y obteniendo una mejora del 99% en el proceso.

Se validó los dashboard de BI implementados en la empresa referente de estudio, obteniendo resultados gráficos, consistentes, verificados y fácilmente comprensibles lo que ayudó a la toma de decisiones, una muestra de la ayuda proporcionada por esta herramienta es que con el indicador de transacciones por usuario, se estableció el poder distribuir de mejor manera las actividades entre los ellos; con el indicador de desviaciones de cuenta de mayor, se advirtió sobre posibles inconsistencias en el ingreso de información; adicionalmente, con el indicador de vencimiento de deudores se verificó que los clientes empresariales están pagando según lo acordado y que en el año actual está mejorando el proceso de cobros; igual pasa con los pagos de los proveedores.

Futuros trabajos se deben realizar para evaluar la implementación de otras soluciones de BI, como Power BI Mobile para tener acceso a la información desde cualquier dispositivo, adicionalmente aplicarlo a otros módulos del ERP SAP R/3 como los de ventas y producción.

5. BIBLIOGRAFIA

Barceló M.(2001), Hacia una Economía del Conocimiento, España, PricewaterhouseCoopers.

Calle J. (1997), Reingeniería y Seguridad en el Ciberespacio, España, Díaz de Santos.

Collado M. (2014), Almacenamiento de Datos en Sistema ERP-CRM, España, Editorial Elearning S.L.

Conesa J. (2018), Introducción al business Intelligence, Barcelona, UOK.

Chapman P., Clinton J., Kerber R (2000), CRISP-DM 1.0 Step-by-step data mining guide, USA, Denmark.

Croxatto H. (2016), Creando Valor en la relación con sus clientes, Argentina, Editorial Dunken.

Curto J. (2015), Diseño de un datawarehouse, EEUU, Recuperado de http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/29218/Section0007.xhtml

Dama International(2015), DAMA-DMBOK Data Management Body of Knowledge, EEUU–New Jersey, Technics Publications.

Date C. (2015), Sistemas de base de Datos, México, Pearson.

Gatner (2019), Cuadrante de Gartner 2019 Analítica e Inteligencia de Negocio (BI), EEUU, Recuperado de https://softwareyhardware.com/software/cuadrante-magico-de-gartner-2018-analitica-e-inteligencia-de-negocio-bi/

Giner F. (2004), Los Sistemas de Información en la sociedad del Conocimiento, Madrid, Editorial Esik.

Hernandez C. (2003), Contabilidad Bancaria Financiera de gestión y Auditoría, España, Ediciones Pirámide.

Malhotra N., (2004), Investigación de mercado un enfoque aplicado, México, Pearson Educación.

Maza E. (2017), Obtención de un modelo neuronal para la predicción, Cuba, Recuperado de https://www.researchgate.net/figure/Figura-21-Fases-de-la-metodologia-CRISP-DM_fig5_322602851

Mostazo J. (2015), Desarrollo de Componente de software y consultas dentro del sistema de almacén de datos, España, Editorial Elearning S.L.

Namakforoosh M., (2005), Metodología de la Investigación, México, Limusa.

Puerta A. (2015), Businees Intelligence y las tecnologías de Información, EEUU, IT Campus Academy.

Roman E. (2018), Aprender a aprender en la era digital, EEUU-New York, Taylor&Francis Group.

Rueda C. (2017), Auditoría Interna Perspectivas de Vanguardia, México, Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Salinas N. (2017), Administración de Empresas, México, Editorial MAD.

Schwaber K., Sutherland J,(2014), La Guía de SCRUM, USA, Publishing Group.

Senplades (2017), Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, Ecuador, Recuperado de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Tapia C. (2017), Fundamentos de Auditoría Aplicación práctica de las normas internacionales de Auditoría, México, Infonavit.

Wexler S., Shaffer J., (2017), The Big Book of Dashboards, EEUU, Wiley.

007. RASPBERRY PI Y LA DOMÓTICA EN EL CONTROL DE LA ILUMINACIÓN

Autor:

Polo González Wilson Ramiro
Universidad Tecnológica Ecotec,
Facultad de Ingenierías, Guayaquil, Ecuador
wpolo@ecotec.edu.ec

RESUMEN:

Al examinar las tendencias actuales y la disponibilidad del internet, se deduce que los elementos que forman el sistema de iluminación estarán conectados al internet. Es por ello que en base a un análisis documental se propone analizar un sistema de control automatizado para lograr mayor eficiencia en el suministro de energía, cuyo efecto se reflejará en el ahorro de energía. Esta investigación será realizada a partir de la revisión de artículos científicos realizados con referencia al campo de la automatización orientado a la domótica. El sistema consta de tres partes: La estación de señales a través de ESP32, la estación de comunicaciones usando Raspberry pi y la estación de control a través de un servidor web con Apache y María DB. El trabajo empezará citando conceptos de automatización y como ello influye en la eficiencia energética. Posteriormente se propone el diseño de un sistema que permita optimizar la energía. Por último, se establecerán las conclusiones del presente trabajo.
Palabras clave: Casa inteligente, Linux embebido, Logo, raspberry pi.

Raspberry Pi and Home Automation in lighting control

Abstract: When examining current trends and internet availability, it follows that the elements that make up the lighting system will be connected to the internet. That is why, based on a documentary analysis, it is proposed to analyze an automated control system to achieve greater efficiency in energy supply, the effect of which will be reflected in energy savings. This research will be carried out from the review of scientific articles made with reference to the field of automation oriented to home automation. The system consists of three parts: The signal station through ESP32, the communications station using Raspberry pi and the control station through a web server with Apache and María DB. The work will begin by citing concepts of automation and how it influences energy efficiency. Subsequently, the design of a system that optimizes energy is proposed. Finally, the conclusions of this paper will be established.

Keywords: Smart home, embedded Linux, Logo, raspberry pi.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación hace referencia al diseño de un modelo automatizado de monitoreo y control del sistema de iluminación de casas o edificios, el mismo que es gestionado a través de dispositivos móviles y de una página web.
El objetivo principal de este trabajo es diseñar un modelo de automatización de casas o edificios que permitan mediante la domótica el mejoramiento en la eficiencia del consumo de la electricidad.

La elaboración de este diseño podrá ser utilizado en sitios en los que existe internet y se usaran dispositivos y objetos de información que se conectan a través de redes. (Sun, 2014)

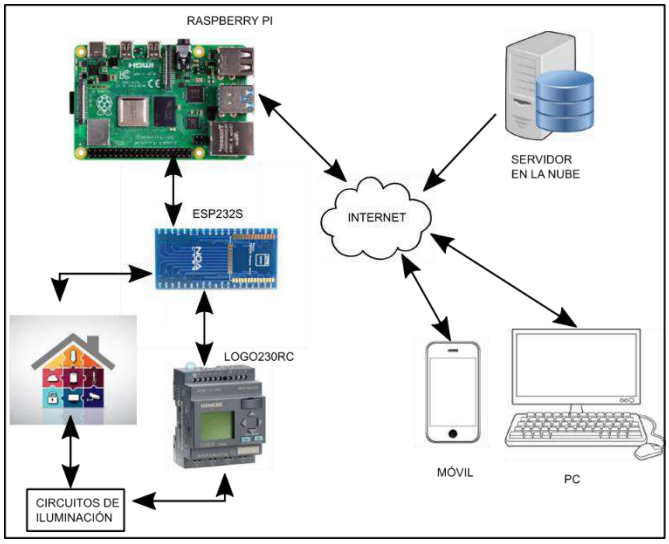


Figura 2 *Sistema propuesto*

El sistema propuesto tiene como base principal un servidor montado en la web que es la columna vertebral del sistema. Ya que a través de este se administra, se controla y se monitorea el sistema de iluminación. Los usuarios pueden acceder a los servicios del servidor, a través de un teléfono móvil o a través de la computadora. La comunicación entre el servidor y los dispositivos se la realiza usando la red WIFI ya que hay disponibilidad de internet (1. Vishwakarma, 2019), siendo el Raspberry Pi el encargado de subir y bajar información de señales como las recibidas a través de la tarjeta de adquisición de datos ESP32. Esta a su vez recibe señales de la casa o edificio. (Subhashini, 2017)

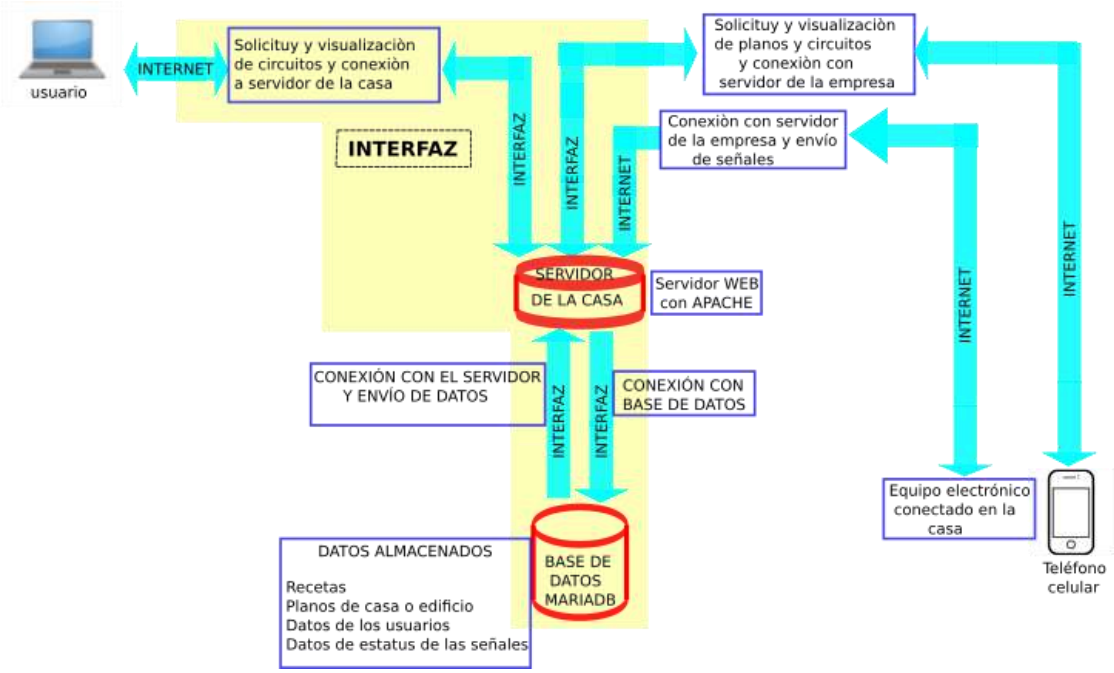


Figura 3 *Modelo propuesto para la automatización de casas o edificios*

DISEÑO QUE PERMITE DETERMINAR LA UBICACIÒN DE LAS PERSONAS Y EL ENVÌO Y RECEPCIÒN DE DATOS REQUERIDOS PARA EL MONITOREO Y CONTROL DE LA ILUMINACIÒN

Una vez que se ha determinado la tecnología que determina el rastreo y georreferenciación de cada uno de las personas o usuarios del sistema, y una vez que se ha determinado la forma en que los datos serán recibidos y enviados para determinar la posición en tiempo real de las personas y los requerimientos, se diseña el sistema que permite determinar la ubicación de cada uno de los usuarios del sistema y el envío de datos requeridos por el usuario.

IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVIDOR PARA LA MONITORIZACIÓN, CONTROL Y ACCESO A LOS DATOS

Es necesario la implementación de un servidor para almacenar los datos que los usuarios necesitan para acceder a los servicios del sistema como son los croquis o planos de los diferentes circuitos de iluminación a más de recetas para el control y dimerización de los diferentes circuitos.
Para crear los servicios requeridos por este sistema, se usa un servidor WEB con el uso del programa Apache y la base de datos MARIADB.
La aplicación para que los usuarios del sistema accedan a los recursos se lo hace a través del uso de programación mediante el uso de JSON y PHP
Para permitir la conectividad con los usuarios del sistema, y para habilitar su acceso desde cualquier lugar, el servidor está conectado a Internet. Y por ello es necesario tener en cuenta el suficiente ancho de banda para que garantice la calidad del servicio.

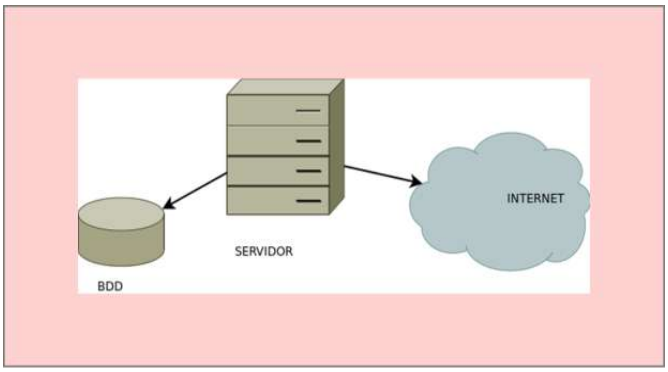


Figura 4 *Conjunto de elementos para almacenar datos*

APLICATIVO UBICADO EN EL DISPOSITIVO MÓVIL DE LOS USUARIOS

Para dar paso a los requerimientos del sistema se propone un sistema constituido por tres módulos que interactúan entre ellos. Los cuales se muestran a continuación:

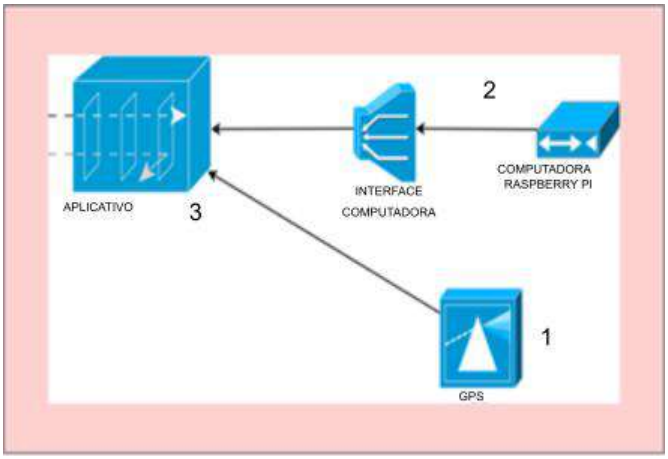


Figure 1 *Toma y envío de datos a través de la aplicación*

1. Sistema GPS instalado en un dispositivo que será llevado por el usuario, y que debe enviar los datos al equipo que transmita y reciba los datos con el servidor.
2. Sistema interface entre la computadora o dispositivo que recibe las señales y el dispositivo que transmita y reciba los datos con el servidor.
3. Sistema con el aplicativo para el usuario, que será a la vez el encargado de transmitir y recibir los datos con el servidor.

FUNCIONAMIENTO DE LOS MÓDULOS

Sistema GPS instalado en un dispositivo que será llevado por el usuario. Este dispositivo, deberá reportar periódicamente las coordenadas de su ubicación, de tal manera que pueda ser monitoreado para saber su ubicación exacta en cada momento.
El GPS, por razones de exactitud, debería ser independiente del aplicativo al que accede el usuario, ya que, aunque los teléfonos celulares tienen la funcionalidad de GPS, no tienen la suficiente exactitud requerida por este sistema.
Sin embargo el dispositivo GPS, debe tener la capacidad de conectarse con el dispositivo que tiene las aplicaciones de usuario, y una opción para ello puede ser la tecnología bluetooth, o en su defecto que el GPS, envíe directamente la información al servidor. (Morshed, 2015)

SISTEMA INTERFACE ENTRE LA COMPUTADORA DEL VEHÍCULO Y EL DISPOSITIVO QUE TRANSMITA Y RECIBA LOS DATOS CON EL SERVIDOR.

Debido a que entre los requerimientos del sistema se deben enviar o recibir señales como cantidad de iluminación, número de personas, zonas en la que se encuentran, estatus de pulsadores o de intensidad luminosa a través de la dimerización, el sistema debe tener la capacidad de ejecutar comandos de control como encender, apagar o dimerizar luces, o reportar ciertos parámetros de su funcionalidad se requiere de un módulo que interactúe con la computadora, ya sea para generar las señales de control o leyendo estos datos, para que sean enviadas desde el aplicativo al servidor.
Adicionalmente se requiere también un control de las zonas iluminadas, cambio de circuitos, cambios de clave, por lo que de manera complementaria se deberá tener los respectivos campos en el aplicativo que le permitan al usuario introducir estos datos.

SISTEMA CON EL APLICATIVO PARA EL CONTROL Y MONITOREO USADO POR EL USUARIO, QUE A LA VEZ SERÁ EL ENCARGADO DE LA TRANSMISIÓN Y RECEPCIÓN DE LOS DATOS CON EL SERVIDOR.

El aplicativo al que accederá la persona o usuario del sistema se lo instala en un teléfono móvil o celular que tenga conexión a internet para que, de acuerdo a lo estudiado previamente, realice la transmisión y recepción de datos a través del internet.

El aplicativo además de ser el medio de transmisión de datos, interactúa con los distintos módulos del sistema para enviar y recibir datos desde y hacia el servidor.

Figura 5 *Aplicativo en el móvil*

El aplicativo mediante programas o scripts que se ejecutan en background, estarán constantemente enviando información de la posición de la persona y de su estado, lo que permite el rastreo y monitoreo en tiempo real. Mientras que los otros procesos serán enviados bajo demanda del usuario.

Así, conforme a los procesos establecidos en el sistema. La figura siguiente ilustra esta funcionalidad.

Figura 6 *Inicio de sección desde el móvil*

Las funcionalidades del aplicativo comienzan al presionar el botón de inicio de actividad cuyo primer proceso es la validación del usuario en el servidor, luego indica los respectivos circuitos de iluminación graficados en los planos de las habitaciones, en los que los usuarios pueden visualizar:

- Tipo de sistema de automatización pudiendo ser, Manual, semiautomático o Automático.
- Los circuitos, con la funcionalidad de desplegar lo que se puede hacer con cada uno de ellos.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se realiza a partir de la investigación de artículos referentes al campo de la domótica y de las comunicaciones. Se busca obtener el diseño del sistema domótica más eficiente.

La investigación documental se genera a partir de la búsqueda de fuentes bibliográficas tanto nacionales como internacionales. Como fuente primaria se han buscado publicaciones de agencias que se encuentran inmersas en el campo de estudio y que han realizado investigaciones relacionadas. Dentro de este campo de fuentes primarias también se han revisado publicaciones científicas, publicaciones de congresos y tesis para la consecución de títulos en las diferentes universidades del país.

REVISIÓN TEÓRICA

ESTUDIO DE LA TECNOLOGÍA PARA GEORREFERENCIACIÓN

Es un sistema desarrollado por el gobierno de Estados Unidos De América, cuya tecnología se basa en la entrega de información de satélites que orbitan la tierra y que contienen relojes atómicos, cada uno de estos satélites envía una señal hacia la tierra hacia receptores que a través del método de “Trilateración” determinan la posición casi exacta de un objeto. Los datos recibidos de interés son: altitud, longitud y altura.
En el método de “Trilateración” dos satélites envían información hacia la tierra, el receptor toma estas señales y calcula la distancia que existe entre los satélites y el receptor. Con estas distancias o radios, se forman dos esferas con cuya intersección se encuentran dos puntos, A y B como se muestra en la figura. Luego con la ayuda de los datos de un tercer satélite, se intersecan las tres esferas obteniéndose un solo punto.
La siguiente figura ilustrativa muestra como determinar la posición georreferenciada de un punto, considerando 3 satélites como requisito mínimo que permita su triangulación.

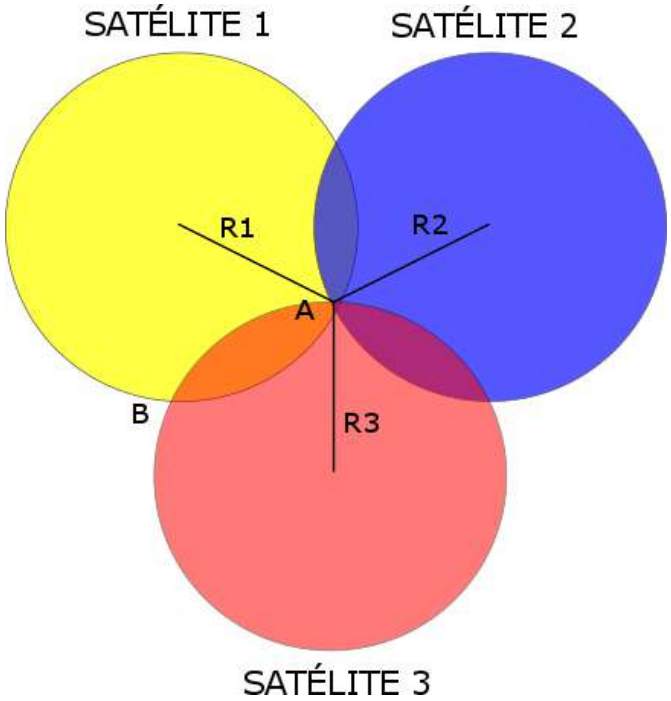


Figura 7 *Método de Trilateración para ubicar un punto en la tierra*

Hoy en día, los teléfonos celulares traen herramientas que permiten usar la información de los satélites y con ello determinar la posición de un objeto. Es decir que a través de un teléfono celular se puede determinar la posición casi exacta de un objeto o lugar.
La mayor parte de teléfonos celulares traen incorporadas herramientas que permiten localizar o posicionar un objeto. Y entre ellos los que usan el sistema operativo Android, que de manera sencilla permiten determinar la posición de un objeto

MÉTODOS DE GEORREFERENCIACIÓN

La georreferenciación es un proceso mediante el cual se puede dar la posición casi exacta de un punto en la superficie terrestre, haciendo uso para ello de la cartografía. Con este método se ubica sobre un plano coordenadas y se las hace coincidir con un mapa. Los principales

puntos que determinan la posición en el plano cartográfico son la longitud y la latitud que son medidas angulares tomando como el centro de la tierra como punto central. Lo que lleva a hablar de paralelos y meridianos, es decir una medición en grados hacia el norte o hacia el sur (meridianos) y una medición hacia la izquierda o derecha lo que son las paralelas, como se muestra en la figura

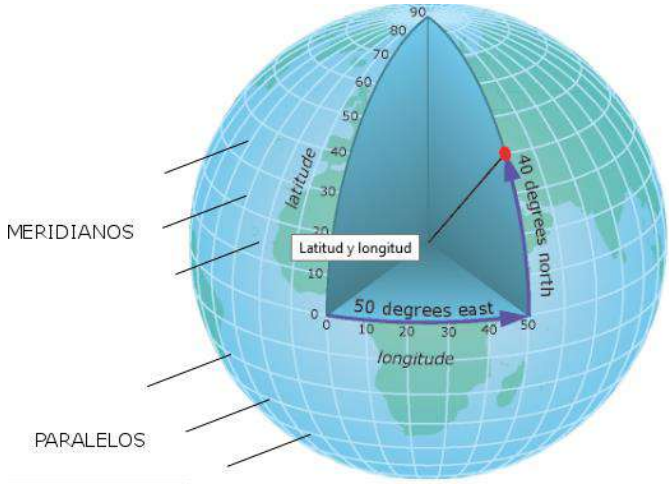


Figura 8 *Medidas de longitud y latitud en la tierra (ESRI, 2012)*

Existen algunos tipos de sistemas georreferenciados como por ejemplo el sistema GNSS o Sistema Global de Navegación por Satélite, que permite enviar datos a través del uso de satélites para posicionar y localizar un punto en la superficie de la tierra (Wikipedia, 2016).

Otro sistema de georreferenciación es el A-GNSS, que es una modificación del sistema anterior, que usa la Trilateración para determinar la posición de un punto en la tierra. Y algunos métodos como
La georreferenciación orbital, en la que se modelan las fuentes de error geométrico conocidas (la curvatura terrestre, la distorsión panorámica, la rotación terrestre, etc.) y se aplican transformaciones inversas que corrijan estos errores intrínsecos y sistemáticos de forma automatizada. Tiene la principal ventaja de que no necesita intervención humana una vez que es implementado, pero puede dar lugar a grandes errores en las coordenadas de las imágenes de satélite si su sistema de posicionamiento no tiene la suficiente precisión (problema que ha disminuido con la llegada de los sistemas de navegación modernos) (2016).
La georreferenciación por puntos de control, en la que a partir de un conjunto de puntos bien identificados en la imagen y de los que se conocen sus coordenadas se calculan las funciones de transformación (lineales, cuadráticas) que mejor se ajustan a estos puntos. Para que esta georreferenciación resulte satisfactoria es necesario elegir de forma apropiada los puntos de control (en número, ubicación y distribución). Se trata, pues, de un proceso manual en el que se requiere intervención humana. Ofrece mayor exactitud cuándo se trabaja en zonas donde es posible identificar bien los puntos conocidos (2016)

IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA QUE PERMITA LA GEORREFERENCIACIÓN

El método más usado para la transmisión de datos es a través de radio frecuencia, ya que permite recibir y enviar información por medios inalámbricos. Existen varios sistemas con los

cuales se pueden obtener datos de posición, velocidad, alarmas y cualquier dato que se necesite adquirir y enviar a un servidor como:

Tabla 1 *Tecnologías para la transmisión de datos*

Tecnología	cobertura	Descripción
RFIT	500 m	Recobra y recopila datos
SIGBEE	30 m	Permite la comunicación entre muchos puntos
BLUETOOTH	10 a 15 m	Es una tecnología de radio frecuencia
WIFI	150 m	Permite la conexión de dispositivos en forma inalámbrica

SISTEMA DE TELEFONÍA CELULAR

Para que funcione un teléfono móvil es necesario que haya conexión entre las centrales de telefonía móvil y las de telefonía fija. La telefonía móvil usa estaciones de transmisión y recepción de radio como son las repetidoras y estaciones de base o BTS, que permiten la interconexión entre teléfonos móviles y teléfonos fijos. Para que funcione una red de comunicaciones móviles se necesita lo siguiente: La red que contenga la antena y la estación base, La red de agregación y la red de core.
Lo primero que hacen los dispositivos móviles para poder comunicarse es establecer conexión con la estación base. Una vez establecida la comunicación, una celda de la red se encarga de mantener la comunicación y conforme se va moviendo el usuario hacia otra celda, el sistema conmutación y le entrega el control a otra celda. Estas operaciones de conmutación de unas celdas a otras, son invisibles para el usuario (Wikipedia, 2016).

REDES 4G

El Ecuador comenzó usando para comunicaciones móviles CDMA, GSM 850, GSM 1900, UMTS 850, UMTS 1900 y en la actualidad LTE AWS. Esta última permite manejar la voz con protocolo TCP/ IP, en general permite usar información multimedia. Su velocidad de transmisión esta entre 100 Mb/s y 1 Gb/s.
Con las características previamente citadas y la capacidad que tienen las comunicaciones a través del Internet, Usar LTE para la recopilación y envío de datos pude ser considerado como un sistema adecuado para la Gestión y Control Georreferenciado.

DISPOSITIVOS CELULARES

Existe una gran gama de dispositivos celulares que trabajan con diversos sistemas operativos, unos de código abierto y otros con código propietario. Los dispositivos móviles pueden hacer muchas tareas, entre otras la toma y procesamiento de datos a través de un GPS incorporado en el teléfono. Para esta propuesta de diseño se eligen los teléfonos que tengan sistema operativo Android, ya que existe mucha información de los códigos de este sistema operativo, además no tiene costo, existen muchos ejemplos para consultar en la red. Además, es compatible con el tipo de señales que se van a enviar a través del teléfono celular.

Tabla 2 *Características del sistema operativo Android*

C A R A C T E R Í S T I C A S	A N D R O I D 4 . 0
KERNEL	Linux
Estándares	GSM, CDMA
Multitarea	si
Cortar, Copiar, Pegar	si
Hardware soportado	Muchos dispositivos
Compatibilidad entre modelos	Poca compatibilidad
Seguridad	No muy seguro
Respaldo en la nube	No
Interfaz de usuario	Intuitiva
Obtención de códigos de programación	Mucha información
Facilidad para interactuar con otros circuitos	Sencillo
Confiabilidad	Confiable
Costo de hardware	Razonable
Costo del software	No tiene costo

SERVIDORES

Un servidor web permite enviar páginas web, paginas HTM e hipertexto. Estos servidores que no son sino un programa, permiten enviar a través del internet información como textos, imágenes, sonido, animaciones. Existen una serie de servidores de este tipo, como el Apache, IIS, Tomcad, Jboss, Cherokee.

Según se menciona, Apache es un servidor web que usa código abierto, que usa HTTP y corre en todas las plataformas, permite la validación de usuarios de muchas formas, permite el uso de base de datos, apache ejecuta scribs que en el estudio son necesarios, ya que la aplicación correrá en background, permite crear sitios web, envía información en muchas formas, para que la mayoría puedan usarlo(kathy, 2014).

Como se observa en la tabla Apache reúnen todos los requerimientos que se necesitan para el diseño de un sistema georreferenciado como conexiones permanentes, autenticación, envío de archivos, PHP, manejo de base de datos. Es por estos motivos que se elige Apache como la mejor opción en servidores web.

Tabla 3 *Características de Apache*

CARACTERÍSTICAS	APACHE
Software libre	SI
Conexiones permanentes	SI
Módulos	SI
Soporte virtual	SI
Autentificación	SI
CGI´S	SI
Envío de archivos	SI
Páginas de error personales	SI
Conexiones seguras	SI
Líneas de código	185000
SSL	SI
PHP	SI
Base de datos	SI
Sitios Web dinámicos	SI
Código fuente	SI
FTP	NO

ESTUDIO DEL MECANISMO DEL ENVÍO DE LA INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN EN TIEMPO REAL

Envío de datos a través del servicio WEB
Cuando se necesita que los datos sean guardados es necesario contar con un servidor. Los datos son enviados en texto plano y en formato CSV. Si se quiere guardar los datos de manera sencilla, se debe usar una base de datos SQLite.
Para obtener una ubicación casi real de las personas, la frecuencia de envío de cada paquete de datos será de una frecuencia de 1 por cada 5 segundos. Es decir, se necesitan enviar 17280 paquetes de mensajes al día y 6220800 mensajes al año. El costo de la información enviada a través de mensajes sería de 180403,2 dólares por año, tomando en cuenta que el costo de cada mensaje es de 0,029 dólares por cada mensaje. En cambio, el costo por de envío de datos es de 0,02 centavos por Mega.
Por lo antes expuesto, se considera que el envío de información debe ser realizado a través de la Web.

Rasberry pi 4

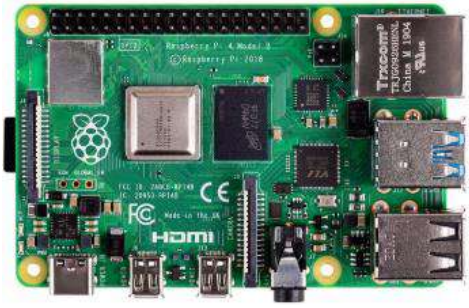


Figura 9 *Raspberry PI 4*

Raspberry Pi 4 Modelo B es el último producto de la popular gama Raspberry Pi de ordenadores. Ofrece incrementos innovadores en la velocidad del procesador, multimedia rendimiento, memoria y conectividad en comparación con la generación anterior Raspberry Pi 3 Modelo B +, conservando la compatibilidad con versiones anteriores y similares el consumo de energía. Para el usuario final, Raspberry Pi 4 Modelo B proporciona escritorio rendimiento comparable a los sistemas de PC x86 de nivel básico.

Las características clave de este producto incluyen un quad-core de 64 bits de alto rendimiento procesador, soporte de doble pantalla en resoluciones de hasta 4K a través de un par de puertos micro-HDMI, decodificación de video de hardware hasta 4Kp60, hasta 4 GB de RAM, LAN inalámbrica de banda dual de 2.4 / 5.0 GHz, Bluetooth 5.0, Gigabit Ethernet, USB 3.0, y capacidad PoE (a través de un complemento PoE HAT separado).

MÓDULO DE ENTRADAS-SALIDAS

ESP32 Es una tarjeta para la transmisión y adquisición de datos. Es un dispositivo de alta tecnología de baja potencia, incluida la activación de reloj, modos de potencia múltiples y escala de potencia dinámica. Por ejemplo, en un escenario de aplicación de concentrador de sensores IoT de baja potencia, ESP32 se despierta periódicamente y solo cuando se detecta una condición específica. El ciclo de trabajo bajo se utiliza para minimizar la cantidad de energía que gasta el chip. La salida del amplificador de potencia también es ajustable, lo que contribuye a una óptima compensación entre rango de comunicación, velocidad de datos y consumo de energía. En esta tarjeta se colocan los sensores PIR (infrarrojos) que detectan la presencia de personas.

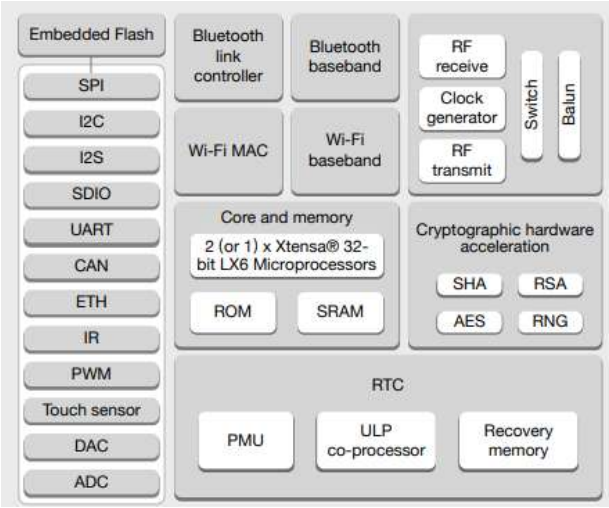


Figura 10 *Diagrama funcional*

CONCLUSIONES

- A través del sistema propuesto, el control de iluminación puede ser realizado en base a varios parámetros, como accionamiento manual a través del teléfono móvil, o a través de una página web, accionamiento programado en donde en base a sensores de presencia el sistema responde y finalmente el sistema puede ser accionado de forma automática en donde el sistema no necesita la intervención del usuario. Todo lo anteriormente expuesto determina que el sistema de iluminación sea más eficiente y por lo tanto el consumo de energía sea menor, ya que el sistema apagará las luces cuando no sean necesarias.

- El sistema domótico presentado permite también la dimerización de la señal, lo que conlleva a un menor consumo de energía.

REFERENCIAS

Vishwakarma, S. (2019). Smart Energy Efficient Home Automation System Using IoT. Proceedings - 2019 4th International Conference on Internet of Things: Smart Innovation and Usages, IoT-SIU 2019April 2019, 101-104.

kathy. (5 de octubre de 2014). Comparativa Android vs iOS | Dispositivos Moviles. Obtenido de http://dismov.blogspot.com/2012/05/comparativa-android-vs-ios.html

Morshed, N. (2015). Microcontroller based home automation system using Bluetooth, GSM, Wi-Fi and DTMF. 3rd International Conference on Advances in Electrical Engineering, ICAEE 2015;, 101-104.

Subhashini, M. (2017). Internet based sensor networking& home automation using cortex processor on Linux platform (Rassberry Pi2). 2016 IEEE International Conference on Signal Processing, Communication, Power and Embedded System, SCOPES 2016, 456-460.

Sun, Y. X. (2014). Internet of Things Services for Small Towns. 014 International Conference on Identification, Information and Knowledge in the Internet of Things, 92-95.

WIKIPEDIA. (1 de Abril de 2016). Georreferenciación. Recuperado el 18 de diciembre de 2016, de Métodos de georreferenciación: https://es.wikipedia.org/wiki/Georreferenciaci%C3%B3n

Wikipedia. (7 de diciembre de 2016). Sistema global de navegación por satélite. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_global_de_navegaci%C3%B3n_por_sat%C3%A9lite

008. PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL COMO CONSECUENCIA DE LA OPTIMIZACIÓN EN LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE SISTEMAS MOTRICES ELÉCTRICOS.

Autor:

Montalvo Quizhpi Fernando Gustavo[1]
[1]Universidad Tecnológica Ecotec, Facultad de Ingenierías, Guayaquil, Ecuador
fmontalvo@ecotec.edu.ec

RESUMEN:

El objetivo de este artículo es establecer a partir de un análisis documental los efectos que pueden obtenerse en una empresa industrial cuando esta busca la optimización en el uso de la energía. Esto se realizará a partir de la revisión de trabajos de investigación existentes en el campo de la eficiencia energética industrial con enfoque en los sistemas motrices eléctricos. El trabajo empezará citando conceptos como productividad y como esta variable ha estado tradicionalmente ligada al incremento de la producción o a la optimización de recursos diferentes a la eficiencia energética. Posteriormente se realiza un análisis de la optimización en la eficiencia energética en sistemas motrices eléctricos. A partir de esto, se buscará establecer si relevante la optimización en estos tipos de sistemas en la industria. Por último, se establecerán las conclusiones del presente trabajo.
Palabras clave: eficiencia energética, productividad, sistemas motrices, gestión energética, consumo energético.

Industrial productivity by optimizing energy consumption of electrical motor systems.

Abstract: The aim of this project is seeing the effects, through a documentary analysis, that can be obtained in an industrial company when it implements optimization in the use of energy. This will be done based on the review of existing research works in the field of industrial energy efficiency with a focus on electrical motor systems. The work will begin by mentioning concepts such as productivity and how this variable has traditionally been linked to increased production or the optimization of resources other than energy efficiency. Subsequently, an analysis of the optimization in energy efficiency in electrical motor systems is carried out. From this, this project will seek to establish whether the optimization in these types of industrial systems is relevant. Finally, the conclusions of this work will be established.

Keywords: energy efficiency, productivity, motor driven systems, energy management, energy consumption

---

INTRODUCCIÓN

La definición de productividad establece la cantidad de producción que se obtiene dividida para los recursos que se utilizan, de esta manera la productividad es una variable que aumenta cuando aumenta la producción y se mantienen los recursos o cuando la producción se mantiene constante, pero se utilizan menos recursos. Utilizar menos recursos implica que pueden existir recursos que se utilizan en exceso de tal manera que, aunque se consuma todo ese recurso no todo aportará de forma concreta a la producción real de la planta. A partir de este análisis surge una pregunta: ¿es posible para el mismo nivel de producción disminuir los recursos utilizados sin afectar la calidad y cantidad de la producción? El presente trabajo busca analizar esta pregunta delimitándola de primera a la energía eléctrica consumida en la producción. (Carro, & González, 2012).

Para ello de primera mano, es importante establecer si existe forma alguna en que se pueda optimizar el consumo de energía y se utilice estrictamente lo necesario para producir de tal manera que no existan pérdidas o consumos no necesarios. Bajo esta premisa se vuelve necesaria la idea de la implementación de un sistema que permita gestionar la energía consumida en la producción de una manera más eficiente.

El concepto de gestión de la energía y de eficiencia energética se vuelve relevante en nuestros días debido al incremento de la demanda mundial y a la saturación de las fuentes de energía tradicionales. La figura 1 muestra el consumo de la energía y la tendencia de consumo a nivel mundial especificada por las diferentes fuentes de energía utilizadas.

Se puede observar en la figura 1 que la tendencia en la demanda de energía se incrementa con el tiempo y por lo tanto es fácil relacionar ese incremento con la necesidad de generar más fuentes de energía.

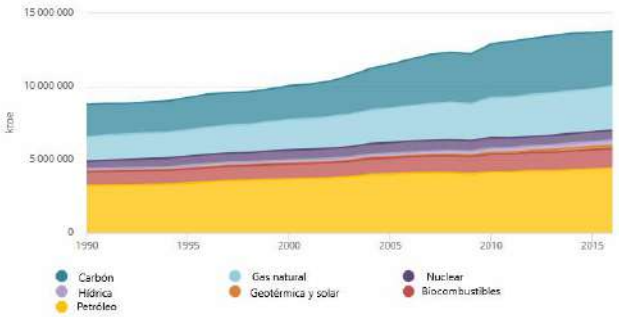


Figura 1. *Suministro total de energía primaria mundial por fuente energética período 1990-2015.*

Fuente: *Agencia Internacional de Energía (2019)*

Sin embargo, estas fuentes de energía son relativamente limitadas o poco disponibles dadas las características geográficas propias de un país, esto se debe a que las características geográficas definen factores tales como nivel de radiación solar, fuentes hídricas, fuentes geotérmicas, fuentes de material nuclear, velocidades de viento, etc.

Para el caso particular del Ecuador, la figura 2 muestra el consumo de energía por fuente energética. Se puede observar las mismas tendencias de consumo de energía primaria que

el resto de mundo con sus respectivas excepciones tales como la energía nuclear que no forma parte de la matriz energética del país.

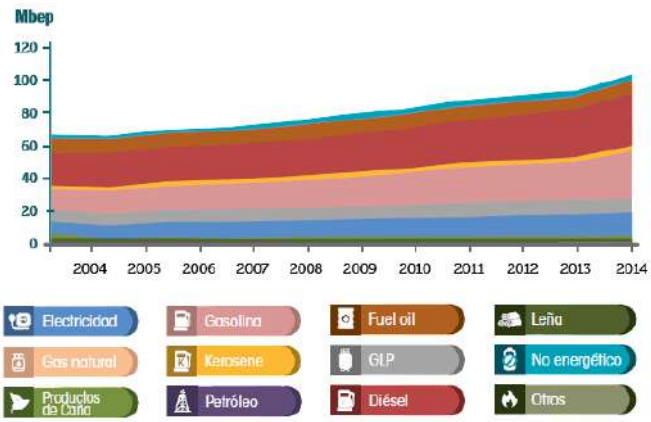


Figura 2. *Consumo de energía por fuente energética para el período 2004-2014.*

Fuente: *Balance Energético Nacional. CELEC (2017)*

Por lo tanto, en el caso del Ecuador también es importante establecer que en el futuro se tendrán problemas debido a los limitantes de fuentes energéticas.

Del total de energía consumida en el Ecuador, la figura 3 muestra como esta energía se utiliza en los diferentes sectores económicos del país.

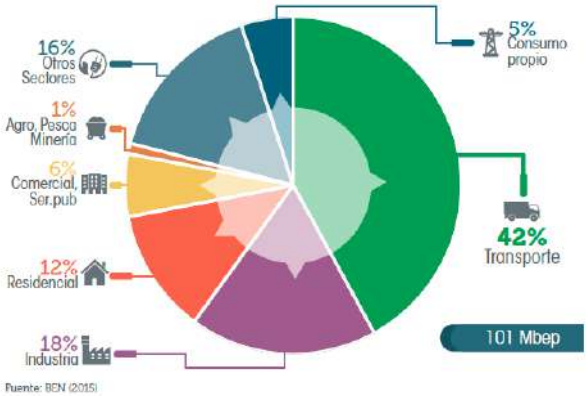


Figura 3. *Consumo de energía por sectores económicos para el año 2017.*

Fuente: *Balance Energético Nacional. CELEC (2017)*

Como se puede observar los mayores consumos energéticos en el país se dan en el transporte con un 42% y en la industria con un 18% del consumo total; sin embargo, existe una diferencia importante en este consumo, pues en el caso de la transportación aproximadamente el 93% de la energía consumida proviene de combustibles fósiles, mientras que en el caso industrial la energía consumida proviene tanto de combustibles fósiles como

de la energía suministrada por el sistema eléctrico nacional. (Plan Nacional de Eficiencia Energética para el Ecuador 2016-2035).

La figura 4 muestra la potencia nominal generada en energía eléctrica en el Ecuador a junio de 2019. Como se puede observar las energías renovables constituyen aproximadamente un 61% mientras que la generación eléctrica a partir de energías no renovables constituye la diferencia; es decir, un 39%.

1. Potencia Nominal en Generación de Energía Eléctrica		MW	%
Energía Renovable	Hidráulica	5,073.65	58.53%
	Eólica	21.15	0.24%
	Fotovoltaica	27.63	0.32%
	Biomasa	144.30	1.66%
	Biogas	7.26	0.08%
Total Energía Renovable		5,273.99	60.84%
No Renovable	Térmica MCI	2,010.92	23.20%
	Térmica Turbogas	921.85	10.63%
	Térmica Turbovapor	461.87	5.33%
Total Energía No Renovable		3,394.63	39.16%
Total Potencia Nominal		8,668.62	100.00%

Figura 4. *Potencia Nominal de Generación de Energía Eléctrica.*

Fuente: *Balance Nacional de Energía Eléctrica. ARCONEL (junio, 2019)*

El cuadro anterior establece que, ante el crecimiento futuro de las necesidades de energía en el Ecuador, la oferta de energía deberá crecer y tradicionalmente lo hará en las áreas en las que comparativamente siempre lo ha hecho; es decir, en el sector hidroeléctrico y en el sector de combustibles fósiles que son aquellos que constituyen de manera principal la matriz energética primaria del Ecuador para la generación de energía eléctrica. El Ecuador tiene un enorme potencial energético no aprovechado en energías renovables, pero las distorsiones provenientes de la abundancia de petróleo han obstaculizado su desarrollo (Larrea, 2012). Las otras fuentes de energía renovable se encuentran descartadas en el corto y mediano plazo por sus altos costos de generación por Kw-hr comparado con las fuentes tradicionalmente desarrolladas.

El crecimiento de la producción de energía en el Ecuador en base a las fuentes tradicionalmente utilizadas implica dos problemas. El primero que tiene que ver con la futura saturación de las posibles fuentes hídricas utilizables para generación hidroeléctrica tanto en la cuenca del Pacífico como en la cuenca del Amazonas (un problema que merece un estudio más profundo). El segundo que implica el mayor consumo de fuentes no renovables derivadas del petróleo.

De esta manera, se visualiza como la única opción de satisfacción de la demanda en el corto y mediano plazo la expansión en infraestructura energética lo cual tiene de manera adicional a los problemas antes enunciados el alto costo para la implementación de dicha infraestructura.

Por tal motivo, la tendencia nacional (y mundial) es afrontar este incremento de la demanda energética no solo con la construcción de mayor infraestructura sino más bien con la optimización en el uso de la energía, esto permite establecer reservas o redistribuciones de la energía hacia lugares que lo necesiten y evitar el crecimiento del sistema generador en el futuro cercano. El análisis del caso de los países europeos, evidencia que la eficiencia debe

ser catalogada como el más importante recurso que se dispone para asegurar el abastecimiento energético de un país, debido a los importantes beneficios obtenidos por la reducción sostenida del 0.9% anual de la intensidad energética desde 1990 (Poveda, 2007).

Por otro lado, las empresas industriales pueden lograr ahorros de energía de hasta un 40%, algunos sin inversión de capital, mediante la aplicación de métodos de gestión energética (Campos, Quispe, Vidal, & Lora, 2008). De la misma manera, el uso eficiente de la energía en los procesos de producción permite incrementar la productividad de las empresas a partir de la optimización de un recurso de producción como lo es la energía.

Por lo tanto, el presente estudio se centrará en establecer como la productividad de las empresas industriales puede ser mejorada mediante la implementación de sistemas de gestión de la energía. El alcance del presente estudio comprende la revisión documental de diferentes avances en el área de eficiencia energética en el país.

METODOLOGÍA

Este trabajo se realiza a partir de una investigación documental de publicaciones existentes en el campo que se ha querido indagar. Se busca obtener enfoques cuantitativos y cualitativos que permitan establecer una conclusión de cómo se afecta la productividad industrial cuando se implementan programas de eficiencia energética en sistemas motrices eléctricos.

La investigación documental se genera a partir de la búsqueda de fuentes bibliográficas tanto nacionales como internacionales. Como fuente primaria se han buscado publicaciones de agencias que se encuentran inmersas en el campo de estudio y que han realizado investigaciones relacionadas. Dentro de este campo de fuentes primarias también se han revisado publicaciones científicas, publicaciones de congresos y tesis para la consecución de títulos en las diferentes universidades del país.

REVISIÓN TEÓRICA

Desde el punto de vista de la semántica la gestión de la energía significa “administración de la energía”, lo cual a su vez implica el uso adecuado de la energía; es decir, define a la energía como un recurso el cual debe ser eficientemente manejado. A partir de ese concepto la International Standard Organization (ISO), acuña el término “eficiencia energética” y lo define como la proporción u otra relación cuantitativa entre el resultado en términos de desempeño, de servicios, de bienes o de energía y la entrada de energía (ISO 50001, 2015). En otras palabras, relaciona la entrada de la energía con el parámetro de salida con la finalidad de valorar cuanto de la energía de entrada se ha utilizado en el parámetro requerido (trabajo mecánico, energía eléctrica, energía mecánica, etc.).

La implementación de un sistema de gestión energética implica un estudio integral que permite evaluar la situación actual del consumo energético, con la finalidad de implementar sistemas de control de energía, así como medidas, acciones y modificaciones que permitan reducir el consumo de energía (ISO 50001, 2015).

En la actualidad este sistema de gestión energético se ve consolidado gracias a la presencia de productos tecnológicos con mayores características de eficiencia en su diseño o con mejores prestaciones que permiten la mejora del sistema total a ser analizado en el proceso

de producción; es decir, no solo son eficientes porque el dispositivo en sí consume menor cantidad de energía sino porque al acoplarse al sistema estos equipos hacen que el sistema entero mejore su consumo energético. Tal es el caso de la instalación de variadores de velocidad en los que además de su bajo consumo de energía por equipo, también varían los consumos de energía por efectos mecánicos como por ejemplo el control del flujo en sistemas de ventilación o de bombeo.

El procedimiento para establecer las mejoras energéticas en una empresa industrial depende específicamente de la matriz energética de la empresa a analizar y de sus características de consumo. En otras palabras, se debe especificar cuáles son las fuentes de energía que utiliza la empresa como por ejemplo energía eléctrica, combustibles, etc., puesto que la calidad de la energía produce disminución en la eficiencia; por otro lado, la forma en que se consume esta energía también genera problemas de aprovechamiento de esta.

Con la finalidad de establecer un procedimiento estandarizado en la gestión de la energía, ISO ha definido una norma que permite alcanzar estos objetivos. La norma ISO 50001 establece que como primer punto debe existir el compromiso de la empresa por mantener un sistema de gestión de la energía. A partir de la creación de esta política es necesario la planificación energética, su implementación, control y retroalimentación con el fin de tomar acciones correctivas en caso de necesitarse. La figura 5 permite observar la estructura que la norma ISO 50001 considera pertinente en la gestión de la energía.

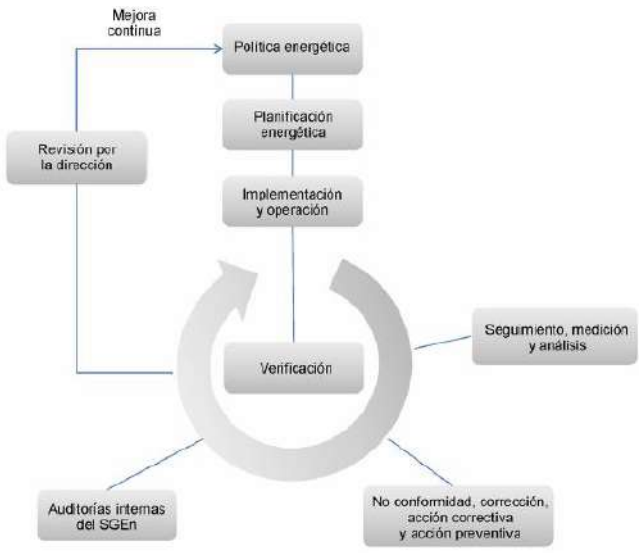


Figura 5. *Estructura de la norma ISO 50001 para gestión de la energía.*

Fuente: *ISO 50001.*

Para definir una planificación adecuada del buen uso de la energía, es necesario establecer de primera mano cuales son las fuentes que consumen energía y que tipo de energía se consume. De forma general se pueden establecer dos tipos de tecnologías que utilizan energía: las que utilizan energía eléctrica y las que generan o utilizan energía en forma de calor.

Figura 6. *Sectores en una empresa industrial con posibilidad de mejora energética por tipo de energía utilizada.*

Fuente: *SGS.*

La figura 6 muestra de manera general los diferentes sectores en una empresa industrial con posibilidad real de mejora energética por tipo de energía utilizada. Se puede observar que la especificación se da por fuente de energía utilizada. En cuanto a los sectores que utilizan energía eléctrica se puede generar mejoras en el consumo general de la planta a través de su mejora con el factor de potencia, calidad de la energía, en la iluminación mediante sistemas más eficientes, en los sistemas motrices, en los sistemas mecánicos de aire comprimido, bombas y ventiladores y producción industrial de frío. En cuanto a los sistemas que generan y utilizan calor se buscan mejoras en calderas, hornos de gas, secadores y sistemas de transportes de fluidos y vapor.

El primer análisis que se va a realizar es establecer cómo afecta el factor de potencia y la calidad de la energía de entrada a la eficiencia total de la planta.

El factor de potencia es un parámetro que relaciona básicamente tres tipos de potencia que surgen cuando se trabajan con equipos que utilizan corriente alterna. Estas potencias se definen como potencia activa, potencia reactiva y potencia aparente. La potencia activa es la potencia necesaria para que los equipos puedan realizar trabajo útil. La potencia reactiva por otro lado es una potencia utilizada para la generación de campo magnético pero que no produce trabajo alguno; pero que sin embargo existe y se da por el proceso propio de generar campo electromagnético en los equipos de corriente alterna. Por último, se tiene la potencia aparente que es la suma fasorial de la potencia activa más la potencia reactiva (ambas se encuentran desfasadas 90 grados entre sí) y que es la potencia que entrega la red de distribución eléctrica a la planta. Por lo tanto, esta potencia aparente se distribuye en potencia activa más potencia reactiva. Lo ideal es que la potencia aparente pueda acercarse a la potencia activa; sin embargo, mientras más equipos que trabajen con corriente alterna existan, la potencia reactiva se incrementará alejando aún más la potencia aparente de la activa (Ortega, 2017).

a figura 7 muestra lo antes explicado. Se puede observar claramente que si la potencia reactiva por manejo de equipos aumenta entonces aumenta la potencia aparente (que es la que entrega la red) logrando esto el incremento del consumo de energía eléctrica utilizada pero que no produce trabajo útil en el sistema.

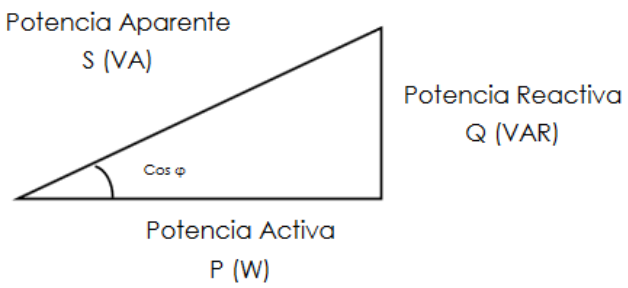


Figura 7. *Relación de potencias y factor de potencia*

Fuente: *Ortega, A (2017).*

Por lo anteriormente explicado, en general se busca la disminución del factor de potencia (coseno del ángulo entre potencia aparente y activa) con la finalidad que la potencia reactiva sea menor. Esto se logra con la aplicación de mayor reactancia capacitiva (se inserta bajo diseño un banco de condensadores) al sistema tratando de disminuir el efecto que tiene la reactancia inductiva en la operación de la planta. Bajo el marco legal del Ecuador los valores aceptados para el factor de potencia son aquellos que sean mayores a 0.91.

En cuanto a la iluminación, el efecto de la eficiencia energética no será abordado en este documento; sin embargo, podrá ser analizado en futuros estudios. Vale la pena señalar que en este tema existen maneras de afrontar la problemática desde el punto de vista arquitectónico; es decir, diseñando la edificación para aprovechar al máximo la luminosidad natural del día y por ende disminuyendo el consumo de energía eléctrica; dotando a las fuentes de emisión de luz con mejores características de eficiencia energética y por último utilizando la domótica con la finalidad de utilizar sensores tanto para la toma de acciones a través de actuadores como para el monitoreo de parámetros de energía en el tiempo.

Como siguiente análisis se tienen en cuenta los sistemas motrices en las empresas industriales. El especial interés sobre el estudio de la eficiencia energética en sistemas motrices, radica en la demanda de energía asociada con aplicaciones de motores eléctricos, la cual asciende a aproximadamente al 40% de la energía mundial consumida. Para el año 2012, se estimó que existían más de 300 millones de motores a nivel mundial, los cuales consumen cerca de 7.400 [TWh] por año (Maldonado M., & Montalvo F., 2018).

Los puntos a considerar cuando se tienen sistemas mecánicos que trabajan con motores eléctricos con la finalidad de controlar el uso eficiente de la energía son:

- Calidad del suministro eléctrico (dada por la red).
- Eficiencia del motor eléctrico.
- Control de la velocidad y par del motor.
- Dimensionamiento de la carga de trabajo.
- Pérdidas en las transmisiones mecánicas.
- Fallas de mantenimiento preventivo y predictivo.
- Eficiencia del sistema mecánico total (sistema de bombeo, sistema de extracción de gases o aire, sistema de compresión de gases, sistema de refrigeración, etc).

En la figura 8 se puede apreciar un ejemplo de pérdidas de energía y por ende la reducción en la eficiencia energética final en un sistema mecánico impulsado con motores eléctricos.

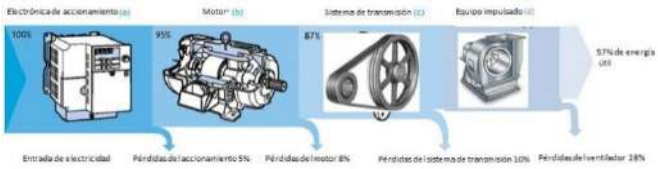


Figura 8. *Pérdidas de energía y eficiencia energética final en un sistema motriz.*

Fuente: *Ministerio de Electricidad y Energía Renovable del Ecuador (MEER) – Taller de conceptos básicos de sistemas eléctricos motrices – Evaluación energética de los sistemas de motores.*

En cuanto a la calidad del suministro eléctrico entregado a la planta industrial, es necesario realizar mediciones y elaborar métricas que permitan establecer si los niveles de tensión son los adecuados, si existe desequilibrio de tensiones o la influencia de armónicos en las tensiones o en las corrientes, y que en el caso de existir se recomienda solicitar la ayuda de manera inmediata a la empresa proveedora del servicio para mejorar la calidad de la energía. Otra solución adicional que podría presentarse es la atenuación de los armónicos mediante filtros que permiten un mejor desenvolvimiento del sistema eléctrico de la planta. El valor aceptado de la distorsión total armónica en las líneas de baja tensión es 5%, mientras que en las líneas de alta tensión es 3% (Estigarribia, 2004).

Por otro lado, en cuanto a la eficiencia propia del motor eléctrico, esta se relaciona con los siguientes tipos de pérdidas de energía:

- Pérdidas eléctricas
- Pérdidas magnéticas
- Pérdidas mecánicas
- Otras pérdidas

La figura 9 muestra el flujo de potencia en un motor eléctrico de inducción. Se puede observar que en cada etapa existen diferentes tipos de pérdidas que disminuyen la eficiencia de este. Dado que las pérdidas que se generan se dan por las características de diseño y fabricación del propio motor, estas pérdidas son prácticamente inevitables y por lo tanto lo que se busca es disminuirlas con mejores diseños, materiales y métodos de fabricación. La eficiencia final del motor se establece en la placa que cada fabricante presenta en su equipo.

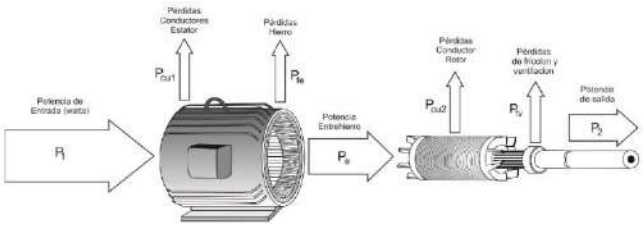


Figura 9. *Flujo de potencia de un motor de inducción.*

***Fuente**: Ministerio de Electricidad y Energía Renovable del Ecuador (MEER) – Taller de conceptos básicos de sistemas eléctricos motrices – Evaluación energética de los sistemas de motores.*

En la actualidad la eficiencia de los motores se especifica por la norma IEC 60034-30, que establece las eficiencias IE0, IE1, IE2, IE3, IE4, siendo la norma IE0 la de más baja eficiencia y la norma IE4 la de más alta eficiencia. La figura 10 muestra de manera general la variación de la eficiencia de los motores de inducción en función de la potencia nominal del motor y de los diferentes tipos de eficiencia que existen de acuerdo a la norma.

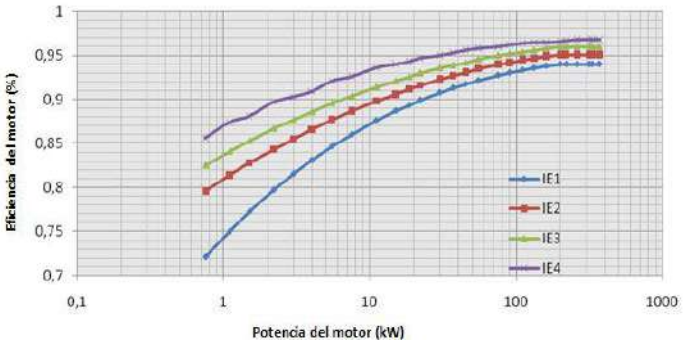


***Figura 10.** Eficiencia como función de la potencia del motor.*
***Fuente**: norma IEC 60034-30*

Es posible observar acorde a la figura 10, que el reemplazo de motores de baja eficiencia por motores de mayor eficiencia genera una mayor ganancia en aquellos motores de potencias menores a 10 KW. En los motores menores a 100 KW también genera una ganancia considerable de eficiencia, aunque en menor proporción que la obtenida en el primer rango. A partir de potencias mayores a 100 KW el cambio a motores de alta eficiencia es poco considerable.

Para establecer si es factible desde el punto de vista económico el cambio a motores de mayor eficiencia en necesario realizar un estudio económico y establecer el tiempo de recuperación de la inversión. Esta recuperación de la inversión se da debido a que se debe pagar menos consumo de energía y por lo tanto ese valor debe aportar a cubrir el costo del nuevo motor. El tiempo aquel en el cual ese valor ahorrado de energía permite recuperar la inversión es el tiempo de recuperación. A partir de este punto todo es ganancia. La figura 11 muestra el caso del cambio de un motor IE0 por un motor IE3 sugerido en una empresa en particular en el Ecuador. Para este caso Maldonado y Montalvo establecieron a partir de un análisis de valor presente neto que el tiempo de recuperación de este motor se da a partir de aproximadamente 3 años, lo cual comparado con el tiempo de vida útil de un motor eléctrico con un buen programa de mantenimiento es procedente.

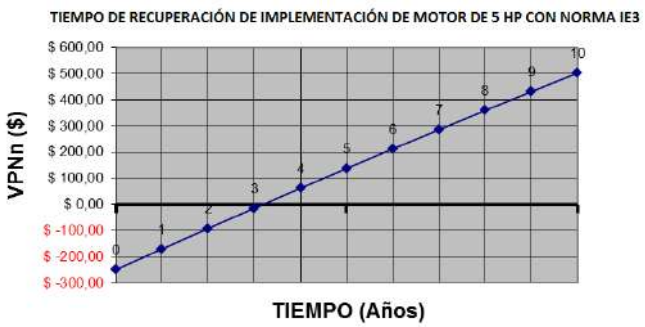


Figura 11. *Tiempo de recuperación de la inversión en un motor de 5 HP con eficiencia IE3 para una empresa en particular.*
Fuente*: Maldonado M., Montalvo F., 2018*

En el caso que el tiempo de recuperación hubiese salido mayor a 10 años -un motor puede tener un tiempo de vida útil mucho mayor con un buen programa de mantenimiento- no necesariamente conviene cambiarlo de manera inmediata. Esto se explica por el efecto obsolescencia tecnológica pues el retorno prácticamente se dará a finales de la vida útil del motor y conviene esperar con la finalidad de que el desarrollo tecnológico disminuya costos de producción y por lo tanto el precio del motor en el mercado logrando mejores tiempos de recuperación.

Si existen muchos procesos en los cuales se contemple actualizar los motores existentes a motores de mayor eficiencia, es factible comprender que muchas veces por disponibilidad de recursos económicos será de carácter limitado, lo que implica que definitivamente en el corto plazo no podrán cambiarse todos los sistemas motrices de la planta. En estos casos es conveniente realizar un análisis de Pareto, el cual básicamente es un diagrama de frecuencias relativas que permite identificar a través de este la concentración del consumo de energía en determinadas áreas de una empresa logrando así definir los sectores de la empresa por donde se debería comenzar pues optimizando esos sectores se conseguirían los mayores ahorros en términos porcentuales.

La utilidad del diagrama de Pareto es la de identificar y concentrar los esfuerzos en los puntos clave de un problema o fenómeno como puede ser; los mayores consumidores de energía de la fábrica, las mayores pérdidas energéticas o los mayores costos energéticos, la de predecir la efectividad de una mejora al conocer la influencia de la disminución de un efecto al reducir la causa principal que lo produce, y la de determinar la efectividad de una mejora comparando los diagramas de Pareto anterior y posterior a la mejora (Obando, 2013).

La figura 12 muestra un diagrama de Pareto típico en el cual se muestran las zonas con mayor consumo de energía de una planta en particular. Se observa también que aproximadamente el 37 % del consumo de la energía se da en un sector específico de la planta y el 58% del consumo total se genera entre la iluminación y el sector de soldadura de la planta –vale recalcar que es un caso específico para esta planta en particular. Cada planta industrial podrá tener diferentes sectores de consumo-, lo cual permite establecer el criterio de que consiguiendo mejoras en estos puntos se puede lograr mejoras significativas en la planta.

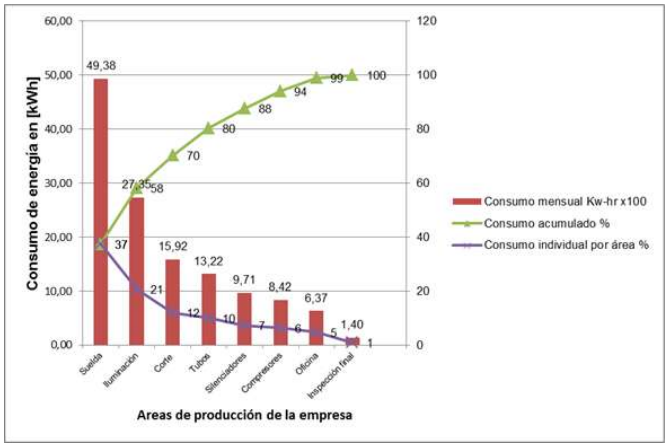


Figura 12. *Distribución de Pareto para consumo de una planta en particular.*
Fuente*: Maldonado M., Montalvo F., 2018*

Para los sistemas mecánicos industriales en general el análisis energético comenzará con una evaluación energética de los motores eléctricos y los equipos instalados en dicho sistema. En los casos de sistemas de bombeo, de ventilación, de aire comprimido o de enfriamiento, estos sistemas pueden generar ahorros relativamente importantes a través del control del flujo.

Dentro de estos sistemas conviene analizar algunos parámetros que permiten la eficiencia energética de manera óptima. El primero de ellos tiene que ver con el correcto programa de mantenimiento preventivo y predictivo de los equipos en el sistema. Equipos que reciben correctos mantenimientos se encuentran trabajando en su punto nominal de diseño y por lo tanto su consumo de energía es el que se especificó en el diseño original. Mientras los puntos de operación se alejen más de los diseños originales esto repercutirá en el consumo de energía; por lo tanto, fallas en la alineación de los equipos, deficiente lubricación, acumulación de polvo, defectuoso sistema de enfriamiento permitirá agravar el problema de consumo de energía.

El segundo parámetro a analizar en los sistemas mecánicos antes expuestos es el de control de flujo de los diferentes fluidos a transportar. Bajo el punto de vista mecánico de manera general esto puede manejarse a partir del control de la velocidad rotacional en el eje de salida del motor. Esto se le realiza generalmente mediante una transmisión de bandas, de cadenas o motoreductores; sin embargo, si la reducción se hace a través de una transmisión mediante estas vías y la compensación del flujo –el control del caudal- a través de la configuración de válvulas como en la actualidad se suele realizar en muchas empresas industriales en el Ecuador, existe mucha perdida de energía debido a que la potencia utilizada por el motor es proporcional al cubo de la frecuencia de operación (60Hz), lo que significa que se logra menor flujo y menor velocidad de rotación pero se sigue consumiendo el valor nominal de la energía, esto implica pérdidas significativas en el sistema utilizado. Cuando se necesita controlar el flujo, el trabajar a una frecuencia constante implica que a velocidades de rotación menores y por lo tanto a menores caudales existe pérdida de energía (Maldonado M., & Montalvo F., 2018).

Adicional a lo anteriormente explicado es importante acotar que los efectos del uso de válvulas para control de flujo generan pérdidas energéticas importantes, debido a la estrangulación

paulatina del fluido causando que caiga que el sistema pierda presión. El control del caudal se lleva a cabo frecuentemente mediante dos o más bombas de diferentes tamaños conectadas en paralelo, accionando sucesivamente estas bombas se consigue el control paso a paso, si se dota a la bomba más grande de un control de velocidad se consigue mejor control con una menor inversión, además de bombas y motores se pueden eliminar muchas válvulas y parte del sistema de tuberías. (Pesántez, 2012).

A partir de eso es importante utilizar un sistema que permita el control del flujo sin causar pérdidas significativas de energía en la transportación del fluido. La eliminación de estos efectos puede lograrse a partir del uso de variadores de frecuencia para el control de las velocidades del motor y por lo tanto para el control del flujo a transportar. Estos dispositivos tienen la capacidad de disminuir los caudales afectando directamente la frecuencia que recibe el motor; es decir, la frecuencia de 60 Hz de la red eléctrica es transformada –mediante electrónica de potencia- en otra frecuencia acorde a la necesidad de velocidad de rotación que a su vez se encontrará de acuerdo a la necesidad de flujo volumétrico deseado.

Por último, pero no menos importante es verificar la carga real operativa del sistema versus la carga para lo cual fue diseñada. Los ingenieros de diseño en algunas ocasiones suelen diseñar los sistemas con cierto sobredimensionamiento con la finalidad de cubrir dos efectos. El primero el hecho del factor de seguridad del diseño el cual es un excedente que se genera para dar certeza que el sistema va a cumplir con las características para lo cual fue diseñado- y contemplar posibles problemas que el diseño no puede visualizar, tales como fallas en los materiales, etc.-. El segundo hecho a cubrir es el sobredimensionamiento por expansión de la producción. Los ingenieros suelen contemplar el hecho de que la capacidad productiva de la empresa con el tiempo puede aumentar y por lo tanto a mediano o largo plazo bajos las actuales proyecciones se tendería a incrementar el sistema para el crecimiento proyectado. En algunos casos si los estudios establecen que el crecimiento se puede dar de forma acelerada, los ingenieros diseñan y construyen con proyecciones futuras a fin de que la empresa se encuentre completamente lista para dicho incremento de la producción.

Sin embargo, estos sobredimensionamientos causan problemas reales de consumo de energía puesto que sus equipos y el sistema no se encuentran trabajando en sus puntos de máxima eficiencia de diseño. La figura 13 muestra como varia la eficiencia de un motor de inducción y su factor de potencia con la carga efectiva que desplaza. Se puede observar de manera clara que para porcentajes de cargas manejadas que se encuentren por debajo del 50 % de su valor de diseño la eficiencia del motor disminuye rápidamente, esto implica, que el motor para dicha carga consume energía, pero poco de esta energía consumida se utiliza de manera efectiva como potencia mecánica al eje. Por otro lado, por debajo de un 75% aproximado de la carga manejada, el factor de potencia del motor también comienza a disminuir de manera considerable lo cual implica que mientras esto ocurra mayor cantidad de la potencia suministrada se transformará en potencia reactiva incrementando el consumo energético.

Por tal motivo, es conveniente tener al sistema trabajando mínimo al 75 % de la carga, porcentaje por encima del cual ni la eficiencia ni el factor de potencia del motor se verán afectados de manera considerable.

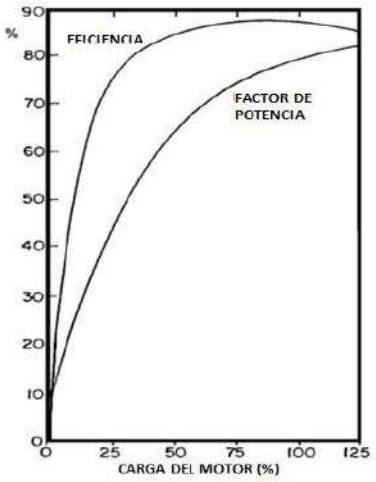


Figura 13. *Variación de la eficiencia y factor de potencia con la carga.*
Fuente*: Ministerio de Electricidad y Energía Renovable del Ecuador (MEER) – Taller de conceptos básicos de sistemas eléctricos motrices – Evaluación energética de los sistemas de motores.*

Por último, en la figura 14 se muestra una gráfica que establece los indicadores de productividad iniciales y mejorados que se podrían alcanzar para una planta en particular en la cual se han realizado los pasos anteriormente explicado para la optimización de la energía en los sistemas motrices eléctricos.

Se puede observar de manera clara que el ahorro energético producido es considerable y afecta directamente al indicador de productividad de la planta.

Figura 14. *Comparativo indicador de productividad original y mejorado una empresa en particular durante los primeros meses del año.*

Fuente*: Maldonado M., Montalvo F., 2018*

CONCLUSIONES

- La implementación del sistema de gestión de la energía es una necesidad en la actualidad y se debe dar con la finalidad de mejorar tanto los niveles de productividad de la empresa como por el hecho de utilizar la energía de manera más eficiente para que los excedentes puedan ser redistribuidos.
- La auditoría energética y la elaboración de los diagramas de Pareto transparenta la situación energética de la planta; permitiendo identificar los mayores consumidores por sectores y por equipos.
- La calidad de la potencia entregada por la red eléctrica es un factor importante en la eficiencia energética de la planta. Potencias con tasas de distorsión armónicas altas, desequilibrios de tensión y niveles de tensión no acordes a los valores establecidos, provocarán problemas de eficiencia en los motores y equipos de la planta.
- El factor de potencia de la planta debe estar por encima de 0.91 para que sea considerado un buen valor. Valores por debajo de este implica la necesidad de la implementación de un banco de capacitores que permita la compensación capacitiva de la reactancia.
- Se hace imperativo si es que el análisis de tiempo de recuperación lo amerita la implementación de motores de alta eficiencia reemplazando a los motores de baja eficiencia.
- Es importante la implementación en los sistemas mecánicos de variadores de frecuencia que permitan reemplazar la transmisión y controlar el flujo a transportar. Utilizando estos dispositivos se pueden lograr ahorros considerables en los sistemas de bombeo, de ventilación, de extracción, etc.
- El diseño debe contemplar sobredimensionamientos que no sean excesivos puesto que estos conllevan problemas tanto en la eficiencia del motor como en su factor de potencia y manera adicional afecta los puntos de operación de los componentes del sistema mecánico analizado.

REFERENCIAS

- Carro, R., & González, D. (2012). Productividad y competitividad. Recurso de Aprendizaje. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata.
- Larrea, C. (2012). ¿Es sustentable la política energética en el Ecuador? Universidad Andina Simón Bolívar. Quito.
- MEER, Ministerio de Electricidad y Energía Renovable. (2016). Plan Nacional de Eficiencia Energética. Recuperado de https://www.celec.gob.ec/hidronacion/images/stories/pdf/PLANEE%20version%20espa%C3%B1ol.pdf
- OLADE, Organización Latinoamericana de Energía. (2017). *Eficiencia Energética*. Recuperado de http://www.olade.org/sectores/eficiencia-energetica/.
- INER, Instituto Nacional de Eficiencia Energética y Energías Renovables del Ecuador. (2017). Proyecto de eficiencia energética industrial en el Ecuador. Recuperado de http://www.iner.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/20130606_PROYECTO-DE-EEI_UNIDO.pdf.
- Poveda, M. (2007). Eficiencia energética recurso no aprovechado. OLADE. Recuperado de http://biblioteca.olade.org/opac-tmpl/Documentos/old0054.pdf

- Société Générale de Surveillance (SGS). (2010). Medidas de eficiencia energética en el sector del metal. Recuperado de http://jornadas.fremm.es/igee/ponencias/como-ahorrar-energia-empresa/Medidas-de-eficiencia-energetica-en-el-sector-del-Metal-SGS-TECNOS.pdf
- Ortega, A. (2017). Corrección del factor de potencia y eliminación de corrientes armónicas en sistemas de baja tensión. Facultad de Ingeniería. Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F.
- Estigarribia, H. (2004). Armónicos en líneas de baja tensión. Recuperado de http://www.monografias.com/trabajos-pdf/armonicos-baja-tension/armonicos-baja-tension.pdf
- Maldonado, M., & Montalvo, F. (2018). Estudio del Incremento de la Productividad a partir de la Optimización en la Eficiencia Energética de Sistemas Motrices y Programas de Mantenimiento en una Planta Industrial Metalmecánica: Caso Indima s.a. Facultad de Ingeniería Mecánica. Escuela Politécnica Nacional. Quito.
- McCoy, G.A., Litman, T., & Douglass, J. (1993). Energy-efficient electric motor selection handbook. Revision 3. Recuperado de https://www.cedengineering.com/userfiles/Energy%20Efficient%20Electric%20Motor%20Selection.pdf
- Waide, P. & Brunner, C. (2011). *Energy-efficiency policy opportunities for electric motor-driven systems*. *Working paper. International Energy Agency.*
- Quispe, E. (2003). Una visión integral para el uso racional de la energía en la aplicación de motores eléctricos de inducción. El Hombre y la Máquina, 20-21. ISSN: 0121-0777. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=478/47812406007
- Quispe, E., & Mantilla, L. (2004). Motores eléctricos de alta eficiencia: características electromecánicas, ventajas y aplicabilidad. Revista Energía y Computación 0121-5299. XII. 11-19.
- IEEE, Institute of Electrical and Electronics Engineers. (1995). *Recommended Practice for Monitoring Electric Power Quality (IEEE Std. 1159-1995)*. ISBN 1-55937-549-3.
- Quispe, E. (2004). Efectos del desbalance y los armónicos de voltaje en la operación de los motores de inducción. Grupo de Investigación en Energías. Departamento de Energía y Mecánica. Universidad Autónoma de Occidente. Cali.
- Campos, J., Quispe, E., Vidal, J., Lora, E. (2008). EL MGIE, un modelo de gestión energética para el sector productivo nacional. El hombre y la máquina, pp. No 30,18-31.
- Obando, K. (2013). Análisis y evaluación para la determinación de la eficiencia energética en una piscicultura. Escuela de Acuicultura y Pesquería. Universidad Austral de Chile. Puerto Montt.
- Pesántez, A. (2012). Diseño y construcción de un módulo de laboratorio con variador de frecuencia para el control de un sistema de bombeo y determinación del ahorro energético. Facultad de Mecánica. Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Riobamba.
- Serra, J. (2008). CIRCUTOR S.A. *Guía técnica de eficiencia energética eléctrica*.
- International Energy Agency. (2015). *Indicadores de eficiencia energética: Bases esenciales para el establecimiento de políticas*.
- Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, Ministerio de Electricidad y Energía Renovable de Ecuador. (2014). *Guía práctica para la implementación de un sistema de gestión de la energía*.
- Ministerio de Electricidad y Energía Renovable del Ecuador (MEER). (2015). Evaluación energética de los sistemas de motores. Taller de conceptos básicos de sistemas eléctricos

motrices. Recuperado de http://www.energia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/12/e-Evaluacio%CC%81n-energe%CC%81tica-de-los-sistemas-de-motores.pdf

- Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, Ministerio de Electricidad y Energía Renovable de Ecuador. (2015). Evaluación financiera de proyectos de eficiencia energética en el sector industrial.

Cowern, E. (2016). Baldor Electric Company. *Cowern Papers*. Recuperado de https://www.baldor.com/Share

LÍNEA TEMÁTICA:

TURISMO, HOSPITALIDAD Y PATRIMONIO

ISBN: 978-9942-960-44-3

001. DISEÑO DE UN PROCESO DE GESTIÓN PARA RESERVAS PARA EL HOSTAL ROSARIO, UBICADO EN GENERAL VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS

Autor:

Ing. Cristina Pinto Buitrón
Ingeniera en Administración Hotelera
Universidad Ecotec.

MSc. Fernando Cevallos Ruales
Universidad Ecotec
fcevallos@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diseñar un proceso de gestión para reservas para el Hostal Rosario, ubicado en General Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas, es una empresa familiar que abre sus puertas en el año 2015, se han ido realizando diferentes tipos de mejoras y ha recibido un sin número de turistas y familiares en sus instalaciones.

Se procedió a identificar los objetivos conjuntamente con la metodología de investigación exploratorio – descriptiva el mismo que nos permitió recolectar información muy importante, de esta manera también se procedió con entrevistas y encuestas, logrando así identificar el problema existente en el hostal Rosario, no cuentan con un proceso de gestión para reservas claro y sobre todo documento físico que soporte la información y proceso que se realizan, siendo esta actividad manejada por parte de los dueños que a su vez son los propios administradores del hostal.

Tendrá una investigación específica de los datos que se va necesitar para proceder a realizar el diseño de un proceso de gestión para reservas, donde se utiliza fuentes de información primarias y secundarias, además acompañado por una metodología cuantitativa. Mediante entrevistas y encuestas se logró obtener información valiosa donde indica que si es necesario implementar un diseño de un proceso de gestión para reservas y así implementarlo para que (Rada, 2019) sus funciones se agiliten.

ABSTRACT

This project aims to design a management process for reservations for the Rosario hostel, located in General Villamil, Playas, placed in Guayas province, it is a family business that opened its doors in 2015, there have been made different types of improvements and it had received countless tourists and family members in its facilities.
We proceeded to identify the objectives together with the exploratory - descriptive research methodology that allowed us to collect very important information, in this way we also proceeded with interviews and surveys, thus identifying the problem at the Rosario hostel, they do not have a clear management process for reservations and neither a physical document that supports the information and processes that are carried out, this activity is being managed by the owners who are also the hostel's own administrators.

This will have a specific investigation of the data that will be needed to proceed with the design of a management process for reservations, in which the primary and secondary sources of information are used, also accompanied by a quantitative methodology. Through interviews and surveys, valuable information was obtained in which is indicated that it is necessary to implement a design of a management process for reservations and as a result implement this process (Rada, 2019) in order to its functions are expedited.

Palabras clave
Procesos, Gestión, Reservas, Procedimientos, Recepción

Keyworks
Processes, Management, Reservations, Procedures, Reception

INTRODUCCIÓN

En constante cambios e innovación se encuentra el sector hotelero donde siempre existirán nuevos servicios, requerimientos por parte del cliente. La innovación, es un camino largo en el que muchas empresas deben someterse para la prestación del servicio esperado por parte del cliente; a su vez esto conlleva a realizar un estudio minucioso de las preferencias, exigencias y expectativas del cliente por parte de los diferentes lugares que realice la visita, teniendo en cuenta que sus expectativas incrementan de acuerdo a la innovación que generen la competencia, es el interés por parte del consumidor final por obtener nuevas experiencias en cuanto a servicios y productos de calidad para satisfacer las necesidades del cliente para su pronto retorno a las instalaciones.

Las empresas en la rama hotelera le corresponden incrementar su oferta turística, actualizar y rediseñar sus servicios generales ofrecidos en cada una de sus áreas operativas para ir de la mano con las exigencias de la competencia en general.

Por tal motivo el Hostal Rosario ha realizado un diagnóstico interno para analizar los deficiencias en los procesos que en la actualidad los vienen realizando, con los cuales verificaron la necesidad de desarrollar e implementar un diseño de un proceso de gestión para reservas con la finalidad de innovar sus servicios y operaciones cotidianas para a su vez tener una eficiencia y eficacia en sus labores por eso la propuesta lo que permitirá que los administradores y el personal en si tenga una visión más clara de cómo mejorar sus servicios para satisfacer al cliente.

El presente proyecto está enfocado a determinar la importancia del aporte de un modelo diseño de un proceso de gestión para reservas en el mejoramiento de procesos y administración del Hostal Rosario, con el fin de incrementar la actividad económica para lo cual será el punto de partida para realizarla, como primera parte se iniciará con un diagnostico actual del servicios y proceso que en el mismo se lleva.

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un proceso de gestión en el aérea de reservas para el Hostal Rosario ubicado en Cantón General Villamil Playas con el fin de mejorar la calidad de sus servicios.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Analizar los procesos que se realizan actualmente para establecer cambios y facilitar el manejo de la información.
- Crear procesos, que se simplifique la información y se logre un control.
- Diseñar un manual para los procesos de gestión de reservas para mejorar la atención del Hostal Rosario.

REVISIÓN TEÓRICA

“General Villamil, Cantón Playas, Ubicada a 93 km. de Guayaquil, asentada a 3 m.s.n.m., su temperatura promedio de 24°C y la precipitación promedio anual es de 250 mm. El terreno es plano, su cantonización se dio el 15 de agosto de 1989, además es poseedora de una extensión de 14km playa que abarca desde Puerto de Engabao hasta Data de Villamil”. (PLAYAS, n.d.)

“Cuenta con una amplia variedad de playas de las cuales mencionamos; Las playas de Bellavista, El Arenal, y Data de Villamil, Playa Paraíso, Puerto de Engabao, El Pelado, ubicados en la Comuna Engabao, ideal para bañistas y la práctica del surf, donde se podrá realizar actividades de sol y playa, adquirir artesanías elaboradas de balsas la cual está considerado como patrimonio cultural de la nación teniendo en cuenta que en las mismas balsas también realizan la actividad de pesca que es otra de las actividades nativas que poseen”. (PLAYAS, n.d.)

FUNCIONES DE RECEPCION

“Dependiendo del tipo de hotel, de su capacidad y de los servicios que ofrezca, las funciones pueden ser diferentes y variar las responsabilidades de los distintos departamentos, no obstante, se puede confeccionar una lista de funciones que serán aplicables a cualquier alojamiento hotelero y según el turno de trabajo, de mañana, tarde o noche.

- Proporcionar información turística sobre la ciudad, sitios de interés, espectáculos y restaurantes.
- Proporcionar información sobre médicos y farmacias de guardia. Realizar la gestión de alquiler de coche.
- Recoger los mensajes y entregárselos a los clientes a través de los botones o de la televisión.
- Mantener un control sobre las llaves de las habitaciones. Solicitar el servicio de taxi. Servicio de despertador”. (VALERIA, 2017)

Según (Davidson, 2007) el proceso del área de recepción es la siguiente:

Reservas: En el caso que un hotel no posea un departamento de reservas, es la recepción la encargada de realizar este proceso. En el caso que el hotel cuente con un departamento de reservas,
la recepción deberá de todas formas conocer el mecanismo para la realización de reservas.

CLASIFICACIÓN DE RESERVAS

Como indica (Di Muro Perez, 2012) en el libro Manual práctico de Recepción Hotelera
Las reservaciones se clasifican de acuerdo con el siguiente criterio:

Reservaciones Garantizadas: Brinda al hotel una protección ante el posible incumplimiento del huésped, su utilización se ha generalizado en la última década en hoteles independientes y de cadena.

Reservaciones provenientes de huéspedes particulares: Se garantiza mediante señas de efectivo o arras y de la tarjeta de crédito.

Reservaciones provenientes de intermediarios: Se establece por un contrato firmado entre el hotel y el intermediario como agencias de viajes, empresas privadas, organismos públicos e internacionales.

Reservaciones no garantizadas (confirmadas): Ha entrado en desuso desde hace algunos años, debido a la gran cantidad de reservaciones incumplidas y la perdida de dinero que ello genera.
este tipo de reservación no requiere garantía, y el hotel fija la hora límite del check in y check out.
Reservaciones provisorias, bloqueos o allotment (habilitadas únicamente para intermediarios): Se conoce con los siguientes nombres como bloqueo de habitaciones y allotment, se utiliza únicamente con intermediarios. En la práctica, su utilización es limitada.

DEFINICIÓN DE PROCESO
(MUÑOZ, 2009) Define proceso "como una serie de acciones sistemáticas dirigidas al logro de un objetivo".

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Los manuales son el conjunto de documentos que describen de forma detallada cada paso de una determinada actividad, proceso, operación o función que se realiza en la unidad organizativa, además contribuyen al logro de la independencia de los trabajadores en el desempeño de sus funciones al disponer de todas las instrucciones necesarias para realizar su trabajo desde todos los puntos de vista. Se utilizan para organizar y administrar el funcionamiento de cada una de las operaciones y actividades que se realizan de manera homogénea y que cada dirigente, funcionario y trabajador las conozca. (Gutiérrez, 2014)

VENTAJAS EN EL USO DE LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTO
(Gutiérrez, 2014) Señala varias ventajas entre las cuales son:

1. Se encarga de dar una visión más específica de todo cuanto se lleva a cabo, dentro de una institución o unidad administrativa.
2. Permiten fundamentar los procedimientos bajo un Marco Jurídico - Administrativo establecido.
3. Contribuyen a la unificación de los criterios en la elaboración de las actividades y uniformidad en el trabajo.
4. Estandarizan los métodos de trabajo.
5. Ayudan al desarrollo de las actividades de manera eficiente y permiten conocer la ubicación de los documentos en general. La ubicación consiste en identificar dentro del procedimiento el lugar físico en donde se encuentran los documentos que acompañan a las actividades, éste puede ser: computadora, almacén, entre otras.
6. La información que maneja es formal; es decir, información autorizada. Delimitan las funciones y responsabilidades del personal.
7. Son documentos de consulta permanente que sirven de apoyo para la mejora continua de las actividades.
8. Evitan consultas continuas a las áreas normativas y eluden la implantación de procedimientos incorrectos.
9. Eliminan confusiones, incertidumbre y duplicidad de funciones. Sirven de base para el adiestramiento y la capacitación al personal de nuevo ingreso.

MARCO METODOLÓGICO

1.1 Diagnóstico

Cuando existe un contacto directo en indirecto entre cliente y empresa se puede observar diferentes puntos de vistas de los cuales el cliente capta los servicios ofrecidos y a su vez las falencias que poseen, para lo cual se debe realizar un diagnóstico interno para las mejoras en los servicios.

1.2 Idea de investigación

La falta de procesos y realizarlo de manera documental para ejecutar sus actividades diarias en el área de recepción y reservas del Hostal Rosario.

1.3 Variables e indicadores:

Variable dependiente: Diseñar un proceso de gestión para el área de reservas para el Hostal Rosario.
Variable independiente: Manual para procesos de gestión de reservas.

1.4 Población y muestra

Recepción del Hostal Rosario, el mismo que se encuentra ubicado en Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas, a dos minutos del “EL PASEO SHOPPING PLAYAS” 1.5 km vía Data.

La siguiente información obtenida, se determinará el tamaño de la muestra, a través de la siguiente formula.

$$n = \frac{Z^2 P * Q * N}{Ne^2 + Z^2 Pq}$$

N = Universo
n = muestra
Z^2= Nivel de confianza
P = Probabilidad a favor
q = Probabilidad en contra
e^2 = Error de estimada
Se detalla los siguientes datos obtenidos, para realizar la muestra:

Tabla N° 1 Datos históricos

DATOS HISTÓRICOS		
PROMEDIO DE HOSPEDAJE EN HOSTAL ROSARIO		
MES	AÑO	PROMEDIO
OCTUBRE	2018	95
NOVIEMBRE	2018	110
DICIEMBRE	2018	195
ENERO	2019	110

FEBRERO	2019	115
MARZO	2019	130
ABRIL	2019	150
TOTAL	7	905

Fuente: Bitácora HOSTAL ROSARIO **Elaborado por:** Autor 2019

Datos:
N = Universo
n = muestra
Z^2= Nivel de confianza 129
P = Probabilidad a favor 0.5
q = Probabilidad en contra 0.5
e^2 = Error de estimada 0.05
El valor que nos refleja de la muestra es de: 129 encuestas.

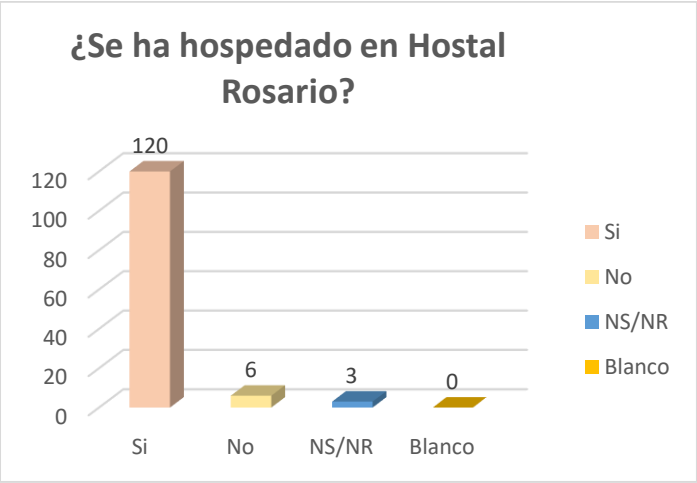
$$n = \frac{Z^2 P * Q * N}{Ne^2 + Z^2 Pq}$$

$$n = \frac{536672,25}{4,160,5725}$$

$$n=129$$

Resumen de las preguntas más relevantes en la Investigación de campo

Grafico N° 1 ¿Se ha hospedado en Hostal Rosario?



Elaborado por: autor 2019

Análisis: Los datos nos refleja un 93.02% (120) de los encuestados si se han hospedado en el hostal Rosario mientras que un 4.65% (6) no se ha hospedado y 2.33% (3) no recuerda haberse hospedado.

Lo que refleja que la mayoría de los encuestados si han tenido la oportunidad de hospedarse y de conocer el Hostal.

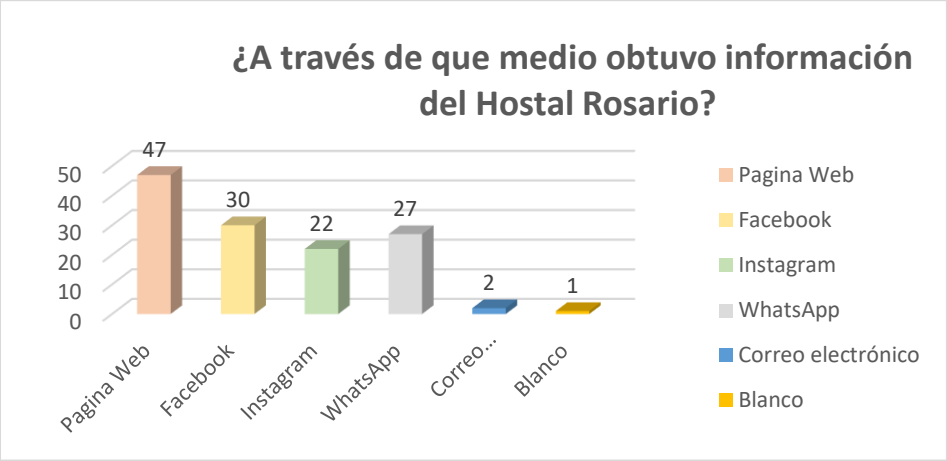
¿A través de que medio obtuvo información del Hostal Rosario?

Tabla N° 2 ¿A través de que medio obtuvo información del Hostal Rosario?

		%
Página Web	47	36,43
Facebook	30	23,26
Instagram	22	17,05
WhatsApp	27	20,93
Correo electrónico	2	1,55
Blanco	1	0,78
	129	100

Fuente: Trabajo de campo Elaborado por: autor 2019

Grafico N° 2 ¿A través de que medio obtuvo información del Hostal Rosario?



Elaborado por: autor 2019

Análisis: Según las encuestas realizadas recibió información mediante la página web el 36.43% (47), con 23.26% (30) de Facebook, 17.05% (22) Instagram, 20.93% (27) WhatsApp y 1.55% (2) correo electrónico para finalizar 0.78% (1) blancos. La siguiente información indica que la página web, Facebook y de la mano de WhatsApp son los medios más concurridos por los huéspedes para solicitar información.

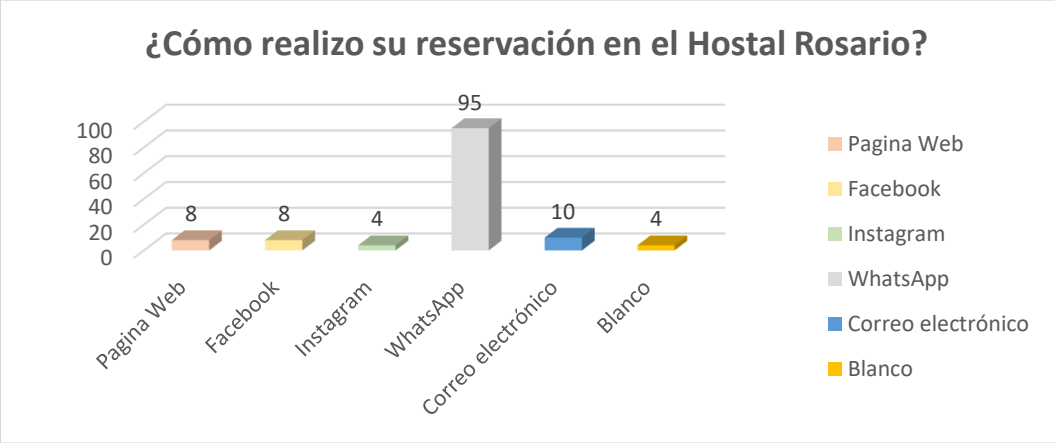
¿Cómo realizo su reservación en el Hostal Rosario?

Tabla N°3 ¿Cómo realizo su reservación en el Hostal Rosario?

		%
Página Web	8	6,20
Facebook	8	6,20
Instagram	4	3,10
WhatsApp	95	73,64
Correo electrónico	10	7,75
Blanco	4	3,10
	129	100

Fuente: Trabajo de campo Elaborado por: autor 2019

Grafico N° 3 ¿Cómo realizo su reservación en el Hostal Rosario?



Elaborado por: autor 2019

Análisis: El medio de comunicación más efectivo al momento de realizar la reserva con un 73.64% (95) de la población es el WhatsApp, mientras que el correo electrónico con 7.75% (10), 3.10% (4) Instagram, 6.20% (8) y de igual manera Facebook.

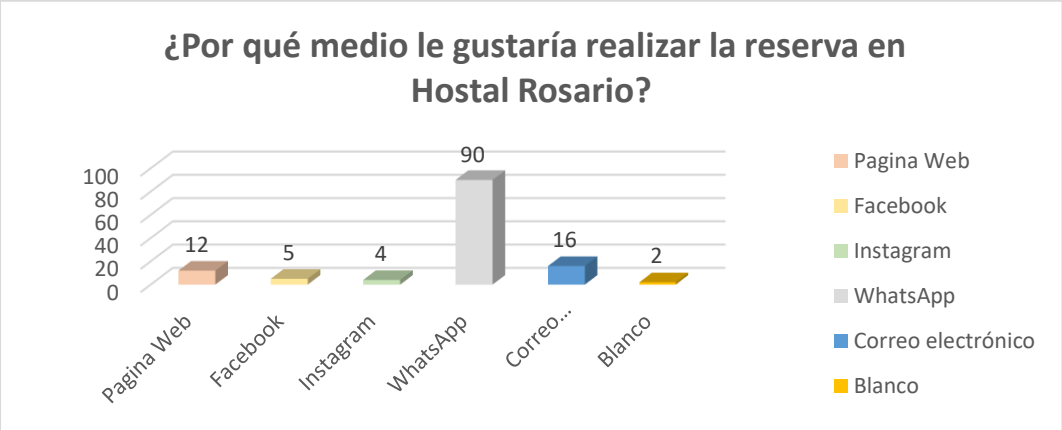
Con un porcentaje de 73.64% de efectividad al momento de realizar reservas mediante WhatsApp los encuestados realizaron las reservas por este medio.

¿Por qué medio le gustaría realizar la reserva en Hostal Rosario?
Tabla N°4 ¿Por qué medio le gustaría realizar la reserva en Hostal Rosario?

		%
Página Web	12	9,30
Facebook	5	3,88
Instagram	4	3,10
WhatsApp	90	69,77
Correo electrónico	16	12,40
Blanco	2	1,55
	129	100

Fuente: Trabajo de campo Elaborado por: autor 2019

Grafico N° 4¿Por qué medio le gustaría realizar la reserva en Hostal Rosario?



Elaborado por: autor 2019

Análisis: Según los datos se observa que con un 69.77% (90) de los encuestados indicaron que le gustaría realizar su reserva mediante WhatsApp, seguido de 12.40% (16) por correo electrónico, 9.30% (12) página web, 3.88% (5) Facebook y 3.10% (4) Instagram.
Obteniendo como resultado que los encuestados prefieren realizar sus reservas mediante WhatsApp con un porcentaje de 12.40% (16) seguido de correo electrónico 9.30% (12).

¿Indique cuál fue su experiencia en la reserva que realizo?
Tabla N°5 ¿Indique cuál fue su experiencia en la reserva que realizo?

		%
Mala	0	-
Pésima	0	-
Buena	77	59,69
Muy buena	39	30,23
Excelente	9	6,98
Blanco	4	3,10
	129	100

Fuente: Trabajo de campo Elaborado por: autor 2019

Grafico N°5 ¿Indique cuál fue su experiencia en la reserva que realizo?

Elaborado por: autor 2019

Análisis: La experiencia según los encuestados en la reserva, calificaron de la siguiente manera; 0% mala, 0% pésima 59.69% (77) buena, 30.23% (39) muy buena y 6.98% (9) excelente y al final tenemos votos en blanco 3.10% (4)

Según la población la experiencia obtenida al momento de realizar su experiencia, refleja un 77% muy buena.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Después de haber realizado la investigación en relaciona los datos obtenidos por parte de la administración del Hostal, en conjunto con encuestas a los huéspedes y trabajadores del Hostal Rosario se determinó lo siguiente:

- Se concluye que el 70.54% de las personas que acuden al Hostal Rosario sí disponen de fuentes de ingreso que les permite pernoctar en el Hostal en forma frecuente, la frecuencia de los viajes realizados es por motivos vacacionales, teniendo un porcentaje alto de 91.47% (118) y además nos indica que la mayor afluencia al momento de los hospedajes se dará en feriados al ser preferido por los encuestados con un porcentaje de 70.54% (91).

- La siguiente información indica que la página web, Facebook y de la mano de WhatsApp Con un porcentaje de 73.64% de efectividad, son los medios más concurridos por los huéspedes para solicitar información. Con una efectividad al momento de realizar reservas mediante WhatsApp.

- Los huéspedes consideran que los servicios ofrecidos, atención y medios de comunicación por la que realizan sus reservas de habitaciones son buenos por parte de los administradores, sin embargo, se debe tomar en cuenta varios errores al momento de realizar las reservaciones y servicios dentro del hostal que no son perceptibles por parte de los huéspedes por lo que para ellos no existen error algún al momento de realizar sus reservas.

- En la encuesta realizadas a los trabajadores se puede notar que cada uno conoce sus funciones dentro del Hostal y concuerdan que para que las funciones en el área de recepción funcionen mejor y sin errores se debe implementar un procedimiento y de esta manera realizar las reservas sin ningún inconveniente, como indican ellos no poseen un procedimiento en el área de recepción y reservas, de esta manera lo realizan empíricamente.

CONCLUSIONES

- Al elaborar este proyecto se trabajó junto con el Hostal Rosario para mejorar sus procesos internos, durante la recopilación de la información se identificaron varias falencias en el área de recepción y reservas por falta de conocimientos de procesos, por lo cual realizan las actividades de manera empírica sin ningún tipo de guía formal que permitan tener claro los procesos.

- La propuesta de diseñar un proceso de gestión en el aérea de reservas para el Hostal Rosario es un documento que debe ser considerado como una guía para los trabajadores actuales y también para los futuros, por lo que se recomienda realizar una capacitación a todos los trabajadores y no solo los que pertenecer al área de recepción para que tengan un conocimiento básico de lo que se realiza en recepción, además se deberá llevar un control que permita garantizar el cumplimiento de los procesos establecidos y de ser necesario realizar correcciones dependiendo de las exigencias por parte de la administración conjunto a los trabajadores.

- En base a la información obtenida por parte de las encuestas realizadas a huéspedes y los trabajadores se determinó así implementar un diseño de proceso de gestión en el aérea de reservas para el Hostal Rosario para la mejora continua del Hostal. Es importante destacar que el Hostal mantenga su atención de tipo familiar, además de mantener su precio actual, debido que esta posee una ventaja importante sobre los establecimientos cercanos.

- La propuesta de realizar e implementar un diseño de proceso de gestión en el área de reservas para el Hostal Rosario, describe también las funciones de cada uno de los trabajadores en sus respectivas áreas de los procesos que son más importantes a realizar.

- Es necesario adquirir un sistema de gestión hotelera para las reservas y de esta manera integrar el registro de los huéspedes, además le permitirá tener un porcentaje más acertado de cuantas reservas mantienen de manera mensual, y poder brindar un eficiente desempeño laboral el cual reflejara como consecuencia el crecimiento del hostal, trabajadores. Obteniendo así ser un Hostal de calidad.

PROPUESTA: DISEÑO DE UN PROCESO DE GESTIÓN PARA RESERVAS PARA EL HOSTAL ROSARIO

A nivel nacional en el campo hotelero existen diversas críticas por no contar con procesos adecuados, cometiendo así varios tipos de errores al momento de prestar sus servicios a los huéspedes que son perceptibles por los huéspedes, en la actualidad Hostal Rosario no cuenta con un proceso establecido y en documento físico que sustente el trabajado realizado en el área de recepción por lo que es indispensable un diseño de un manual para procesos de gestión reservas que contribuya a establecer las funciones y procesos claros para el mejor desenvolviendo de los trabajadores.

Se detallará la propuesta presentada para el Hostal Rosario, esto con el fin de informar a los trabajadores un manual para procesos de gestión reservas para ejecutar de una manera

óptima y de esta manera eliminar los procesos erróneos que se venían ejecutando en el área de recepción y a su vez realizar una capacitación del mismo a los trabajadores en sus respectivas áreas.

Un manual para procesos de gestión reservas que permita agilizar los procesos, tener todo en orden, además de contar con un proceso por escrito para su verificación, actualizando si este fuera necesario, evitando así la pérdida de tiempo y contar con un registro más claro y preciso de las reservas que se realizan mensual en el Hostal, y fortalecer los procesos internos de sus labores específicas las cuales agilitaran los procesos que realizan.

Para la realización del diseño de un manual para procesos de gestión reservas en el Hostal Rosario ubicado en General Villamil, Cantón Playas, Provincia del Guayas, a dos minutos del "EL PASEO SHOPPING PLAYAS" 1.5 km vía Data, se realizó una visita para poder constatar el estado actual del hostal en el área que se trabajó el cual es recepción y reservas se tomó en cuenta las encuestas realizadas a los trabajadores y administradores que indicaron que si es necesario realizar un proceso claro del área de recepción y reservas, ya que en la actualidad no cuentan con el mismo, además de contar con un documento físico donde se pueda avalar los procesos que se llevaran a cabo por parte de los trabajadores luego de una breve capacitación del manual para procesos de gestión reserva.

Procedimientos área de recepción

- Inicio
- Saludar: mantener un saludo fijado
- Preguntar nombre y apellido para poder dirigirse con mayor cordialidad, indicar con qué tipo de información se le ayuda
- Solicitar información: fecha tentativa de hospedaje, número de personas
- Verificar ocupación según la información brindada
- Indicar las alternativas que poseen en habitaciones con sus respectivas tarifas
- Políticas de reservas 50% del valor establecido
- Tomar datos de clientes: nombre apellido, numero de cedula, teléfono, email
- Indicar las formas de pago y una vez confirmado el pago se realizará una reserva temporal
- FIN

PROCEDIMIENTO DE SUBPROCESO DE REGISTRO

- INICIO
- Saludar: mantener un saludo fijado
- Preguntar nombre y apellido para poder dirigirse con mayor cordialidad
- Verificar información: fecha tentativa de reserva
- Registro en datos completos de la persona nombre apellido, numero de cedula, teléfono, mail
- Registrar número de personas
- Tomar datos de clientes: nombre apellido, numero de cedula, teléfono, mail
- Asignar habitación
- Bloquear habitación hasta confirmación de pago
- Actualizar el registro en hoja de Excel
- Fin

PROCEDIMIENTO DE CHECK IN

- Saludar: mantener un saludo fijado
- Preguntar nombre y apellido para poder dirigirse con mayor cordialidad
- Preguntar: ¿tiene reserva?
- Verificar información de la reserva
- Apertura nuevo registro de hospedaje
- Registro en datos completos de la persona nombre apellido, numero de cedula, teléfono, mail
- Registrar número de personas
- Indicar las formas de pago - cobrar
- Asignar habitación - entrega de llaves
- Bloquear habitación
- Actualizar el registro en hoja de Excel
  FIN

PROCEDIMIENTOS DE CHECK OUT

- Revisar el estado de las reservas
- Identificar cuáles serán las próximas salidas a realizarse
- Solicitar detalle de consumos adicionales
- Ingresar a la cuenta de existir valores adicionales pendientes de cobro
- Atender al huésped en recepción al momento de su salida
- Comunicarse con el camarero para verificación estado de habitación
- Preguntar cómo fue su experiencia en el hostal
- Realizar Facturación
- Confirma pago si hubiera pendiente alguno
- Despedir al huésped

PROCEDIMIENTO DE RESERVAS

- Saludar: mantener un saludo fijado
- Preguntar nombre y apellido para poder dirigirse con mayor cordialidad, indicar con qué tipo de información
- Solicitar información: fecha tentativa de hospedaje, número de personas
- Verificar ocupación según la información brindada
- Indicar las alternativas que poseen en habitaciones con sus respectivas tarifas
- Políticas de reservas 50% del valor establecido
- Consultar si desea la habitación Tomar datos de clientes: nombre apellido, numero de cedula, teléfono, mail
- Indicar las formas de pago y una vez confirmado el pago se realizará una reserva temporal
- Fin

TARJETA DE RESERVA DE HUÉSPEDES

Nombres:		País o Ciudad:	
Apellidos:		ocupación:	
No. De cedula o pasaporte:		Reserva realizada por medio de:	
No. De celular		Página web	
Fecha de reserva:		Facebook	
fecha tentativa de ingreso:		Instagram	
Fecha tentativa de salida		WhatsApp	
¿Cómo supo Ud. sobre nosotros?		Correo electrónico	
Número de Habitaciones:		Forma de pago:	
Tipo de habitaciones:	Matrimonial:	Doble:	Familiar:

TARJETA DE CANCELACIÓN DE RESERVA DE HUÉSPEDES

Nombres:		País o Ciudad:	
Apellidos:		ocupación:	
No. De cedula o pasaporte:		Reserva realizada por medio de:	
No. De celular		Página web	
Fecha que realizo la reserva:		Facebook	
Habitación asignada:		Instagram	
Motivo por el cual cancela la reserva:		WhatsApp	
Valor de multa 10%, si es el caso, cuando realizo la reserva con 50% la habitación		Correo electrónico	

TARJETA DE REGISTRO DE HUÉSPEDES

Nombres:		País o Ciudad:	
Apellidos:		ocupación:	
No. De cedula o pasaporte:		Reserva realizada por medio de:	
No. De celular		Página web	
Fecha de entrada:		Facebook	
fecha de salida:		Instagram	
¿Cómo supo Ud. sobre nosotros?		WhatsApp	
Habitación asignada:		Correo electrónico	
Datos de factura:			

REGISTRO DE HUESPEDES MENSUAL

MES:

N.	NOMBRES	APELLIDOS	SEXO		N. DE PERSONAS		NACIONALIDAD	DOCUMENTO DE IDENTIDAD		N. CELULAR	FECHA INGRESO	FECHA DE SALIDA	TIPO DE HABITACION	TARIFA
			M	F	ADULTOS	NIÑOS		CEDULA	PASAPORTE					

BIBLIOGRAFÍA

Davidson, A. S. (7 de MAYO de 2007). *Gestión de Calidad en Atención al Huésped y su Vinculación con la Motivación y la Capacitación en los Colaboradores de Recepción del Hotel Esturión & Lodge.* Obtenido de http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC071088.pdf

Di Muro Perez, L. (2012). *Manual practico de recepcion Hotelera .* Mexico,D.F : 2a ed.

Gutiérrez, J. L. (2014). *EUMED.NET*. Obtenido de MANUALES DE PROCEDIMIENTOS Y EL CONTROL INTERNO: UNA NECESARIA INTERRELACIÓN: http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2014/manual-procedimiento.html

MUÑOZ. (2009). *La Gestion de la Calidad Total en la Administracion Publica.* MADRID: Diaz de Santos.

PLAYAS, G. M. (s.f.). *Municipio de Playas*. Obtenido de https://www.municipioplayas.gob.ec/turismo

Rada, J. (MAYO de 2019). HOSTAL ROSARIO. Obtenido de http://hostalrosarioplayas.com/

VALERIA, I. V. (2017). *MANUAL DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCION DEL HOTEL CAMINO REAL.* Obtenido de http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7246/1/PIURHYT012-2017.pdf

002. INFRAESTRUCTURA DE LOS EMPRENDIMIENTOS HOTELEROS EN EL CANTÓN QUEVEDO RESPECTO A SU DEMANDA.

Infrastructure of the hotel entrepreneurship in the Quevedo canton regarding its demand.

Autores:

Jhon Alejandro Boza Valle
Universidad Técnica Estatal de Quevedo / jboza@uteq.edu.ec/
http://orcid.org/0000-0002-3458-3844, Quevedo - Ecuador

Nelly Narcisa Manjarrez Fuentes
Universidad Técnica Estatal de Quevedo / nmanjarrez@uteq.edu.ec
Quevedo - Ecuador

Emma Yolanda Mendoza Vargas
Universidad Técnica Estatal de Quevedo / emendoza@uteq.edu.ec
Quevedo - Ecuador

Harold Elber Escobar Terán
Universidad Técnica Estatal de Quevedo / hescobar@uteq.edu.ec
Quevedo - Ecuador

RESUMEN

Con la intención de describir los diferentes tipos de emprendimientos hoteleros en la ciudad de Quevedo, respecto del servicio que ofrecen, se recogió información entre los clientes, el objetivo de la investigación consiste en conocer las opiniones sobre la atención y calificación de la estructura con la que cuentas los hoteles estudiados. Las diversificaciones de los servicios hoteleros a nivel general cuentan con una débil estructura, lo que implica consecuencias negativas en los usuarios del servicio, el progreso cultural y económico influye para este crecimiento, en paralelo la demanda ha tenido una evolución sostenida a lo largo del tiempo, avance gradual acorde a estadística internacional. En la misma dirección del servicio es importante para la economía, la afectividad, el carisma y el placer de servir acercará al cliente al hotel. Esta investigación consideró los habitantes de Quevedo y zonas de influencia además de los espacios hoteleros con los que cuenta la ciudad. Se concluye que una buena organización hotelera fidelice a los clientes de forma permanente.

Palabras clave: servicio hotelero, emprendimiento hotelero, , atención al cliente, nivel de satisfacción.

ABSTRACT

With the intention of describing the different types of hotel ventures in the city of Quevedo, regarding the service they offer, information was collected among the clients, the objective of the investigation is to know the opinions about the attention and qualification of the structure with the You count the hotels studied. The diversification of hotel services at a general level has a weak structure, which implies negative consequences on the users of the service, cultural and economic progress influences this growth, in parallel the demand has had a sustained evolution over time , gradual progress according to international statistics. In the same direction of the service it is important for the economy, the affectivity, the charisma and the pleasure of serving will bring the client closer to the hotel. This investigation considered the inhabitants of Quevedo and areas of influence in addition to the hotel spaces that the city has. It is concluded that a good hotel organization loyalty to customers permanently.

Keywords: hotel service, hotel entrepreneurship, customer service, level of satisfaction.

INTRODUCCIÓN

Los emprendimientos hoteleros en los últimos tiempos han tenido un desarrollo significativo, el progreso cultural y económico influye para este crecimiento, en paralelo la demanda ha tenido una evolución sostenida a lo largo del tiempo, avance gradual acorde a estadística internacional. En este sentido el turismo urbano comparado con el rural su impacto es superior en especial para el mercado europeo y norteamericano, en este sentido es importante mantener los componentes en el sector de los emprendimientos estudiados como la higiene del local, comodidad, infraestructura, limpieza, empleados motivados, entre otros.

En la misma dirección del servicio es importante para la economía, la afectividad, el carisma y el placer de servir acercará al cliente al hotel. Los factores que influyen en la elección de la acomodación hotelera determinados por la calidad de las instalaciones, servicios, personal calificado, equipos de primer orden que garantizan el bienestar del huésped, seguridad externa e interna.

Según (Torre, 2011), "Es una institución de carácter público que ofrece al viajero alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades".

Según (Pérez, 2012), "Un establecimiento de carácter público, destinado a dar una serie de servicios, alojamiento, alimentos, bebidas y entretenimiento; que persigue tres grandes objetivos: ser fuente de ingresos, ser fuente de empleos y dar servicio a la comunidad".

Según (Latin, 2011), Un hotel además de proporcionar servicios de alojamiento, alimentos, bebidas y otros, también busca obtener una ganancia, como todo negocio, a través de la promoción y prestación de sus servicios, generando una expectativa desde el mismo momento en que un turista o viajero los contrata y adquiriendo el compromiso de hacerlas realidad, apoyándose de todo un equipo de colaboradores que forman parte de la operación del hotel para lograr que la experiencia (que es lo único que se lleva el cliente cuando regresa a su lugar de origen) sea única. Ahora bien, es importante conocer un poco más acerca de los antecedentes históricos de la hotelería que sentaron las bases para lo que hoy es la hotelería moderna y que nos lleve a identificar la oferta y demanda actual.

Según (Villena, 2012), Es el conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que de forma profesional y habitual, prestan servicios de hospedaje y restauración, ya sean habitaciones o apartamentos, con o sin otros servicios complementarios, y de acuerdo con las especificaciones que según su localización, determine la legislación vigente en cada país.

Según (Acerenza, 2010), Es un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño. Otras prestaciones usuales son la televisión, una pequeña heladera (refrigerador) y sillas en el cuarto, mientras que otras instalaciones pueden ser de uso común para todos los huéspedes (como una piscina, un gimnasio o un restaurante).

“El hotel es un edificio planificado y correctamente acondicionado para otorgar servicios de alojamientos a los demandantes temporales que adquieren el servicio, además permite a los

huéspedes su desplazamiento y servicios adicionales como: alimentación, guía y otros". (Arias, 2014)

"Los Servicios hoteleros, básicamente suelen presentar características y particularidades que pueden ser generales y específicas, por ejemplo; Servicio ofertado Room Service: Disponible en todas las habitaciones, Solicitar al Nº 000 y otros. Características generales: Atención 24 horas, carta especial de Room Service y se ubican en la habitación. Características específicas: Instrucciones para su uso, calidad y costo". (García, 2010)

"En la Hotelería moderna diariamente se procura ir mejorando la oferta, a fin de poder brindarles a los clientes un servicio hotelero de alta calidad, satisfaciendo sus expectativas. Por otro lado, al margen de la capacidad, ubicación y tipo del lugar de alojamiento que se trate, estos se esfuerzan por ofrecer una mayor y mejor variedad de servicios". (López, 2011)

"Un hotel debe contar con varias características que vallan acorde a su organización, servicios y categoría. En particular, el hotel debe contar con un: manual de organizaciones, procedimientos que permitan garantizar la calidad de los servicios ofrecidos, personal capacitado con ropa de trabajo o uniforme, procedimiento de recepción y tratamiento de quejas, reclamos y sugerencias, programa de mantenimiento, preventivo y correctivo, procedimientos que fomenten la seguridad e higiene de las dependencias e instalaciones del hotel, una política respecto a la tenencia de mascotas, resumen de las disposiciones sobre el uso de las instalaciones, dependencias o equipos que corresponda, en lugares visibles y mantener un archivo histórico de reservaciones, entre otros". (Álvarez, 2011)

Según (Boella, 2012), Es un establecimiento que se dedica al alojamiento de huéspedes o viajeros. El término proviene del vocablo francés hotel, que hace referencia a una "casa adosada" y además que se dedica al alojamiento de huéspedes o viajeros.

Según (Navarro, 2011). La empresa hotelera está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y restauración que participan individualmente en la rentabilidad de la empresa.

Por su parte (Fonseca, 2013). Los hoteles deben ofrecer una diversidad de servicios importante para captar a los clientes a la vez que deben ser lo suficientemente flexibles como para adaptarse o ajustarse a una variedad amplia de situaciones más o menos previsibles o las diferentes necesidades de cada cliente, como por ejemplo algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.
Además, establece (Gutiérrez, 2012). El desempeño de un buen hotel parte de la infraestructura.

Lo que si es cierto es que determinadas características que afectan a lo que es la realidad de infraestructura hotelera están determinando y estrangulando potencialidades de desempeño de la función propia de un hotel. Todos los procesos de prestación de servicios de un hotel se ven materializados por la propia infraestructura física del mismo. La implementación de sistemas de gestión y mejora de calidad en una empresa hotelera pone de manifiesto rápidamente todas las decisiones y problemas de unas instalaciones que bien son obsoletas,

o han sido diseñadas con criterios pocos claros de operación y mantenimiento. La calidad de diseño es decisiva para el comportamiento y satisfacción del cliente.

Sin embargo, (Regueira, 2012). La efectividad de un sistema hotelero dependerá de su frecuencia de fallos, de la dificultad que presente su reparación y mantenimiento y de lo buenas que sean sus actuaciones en relación a la misión propia encomendada al hotel. Una infraestructura hotelera puede ser más efectiva que su competencia si ha sido proyectada con unos parámetros físicos de alta calidad, que permita su funcionalidad y bajo coste de operación, con elementos que sean capaces de prestar un servicio con elevadas probabilidades de éxito.

Por consiguiente, (Ruíz, 2012). Desde el punto de infraestructura hotelera, es fácil de comprender como las instalaciones van influir de forma decisiva sobre el cliente y sobre la gestión empresarial de los empleados y directivos del hotel, de ahí la importancia de un buen diseño y mantenimiento de las mismas. Una gestión empresarial y de buen servicio de los empleados del establecimiento hotelero influye de forma crucial en el cliente, y a su vez en el cuidado y mantenimiento de las infraestructuras e instalaciones. El cliente, también influye con su voz y con la elección del hotel que le sea de su preferencia, en el comportamiento que sobre él tenga la empresa y sus empleados, y puede forzar a la modernización de las instalaciones hoteleras.

Según (Yépez, 2011). La calidad del servicio se ha convertido en una estrategia competitiva de la industria hotelera cuyos objetivos básicos son la satisfacción del cliente y la eficiencia económica de la empresa. Si bien la calidad de diseño de una infraestructura y su permanencia a lo largo del tiempo no supone garantía suficiente para ofrecer a los clientes un servicio de calidad.

Según (Martinez, 2012) Alega que dentro de la clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje, un hotel es un establecimiento en el cual se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo.

Según (Magdaleno, Fernandez , & Gonzalez, 2014) La actividad hotelera consiste en ofrecer un servicio de alojamiento a cambio de una contraprestación, servicio básico que, en ocasiones, se complementa con otros servicios tales como manutención, ocio, etc. La actividad consiste en que el cliente, probablemente atraído por la marca, contacta por medios directos o indirectos con un hotel a través de su central de reservas. La marca y la central de reservas son, por tanto, activos intangibles esenciales en el negocio.

Según (Garay, 2013) Considera importante que el producto o servicio, se quede en la mente de los consumidores, por lo tanto, una técnica para que los clientes piensen en su producto y lo puedan evaluar, es hablar de un ciclo del servicio que en este caso es la cadena continua de acontecimientos que debe atravesar el cliente cuando experimenta nuestro servicio.

Según (Monfort, Defante, de Oliveira, & Montavani, 2013) Explican que la satisfacción del consumidor es uno de los temas más importantes y complejos del campo del marketing, visto que con un mercado cada vez más competitivo se exige que las organizaciones posean

estrategias bien definidas de satisfacción de las necesidades de sus consumidores para lograr su fidelidad garantizando la supervivencia de las empresas.

Según (Escobar & González, 2011) El marketing se puede definir como el documento escrito que, partiendo del análisis interno y externo de la empresa , establece tanto las estrategias como los planes de acción operativos que permitan alcanzar los objetivos comerciales fijados, determinando al mismo tiempo las medidas correctoras a tomar en caso de que dichos objetivos no llegasen a alcanzarse.

Según (Gonçalves & Marques, 2012) Los emprendimientos hoteleros deben buscar alternativas estratégicas para crear ventajas competitivas, de modo que la organización se torne competitiva y sustente una fracción del mercado para sobrevivir. Debido a las limitaciones de recursos los gestores de los emprendimientos hoteleros deben identificar cuáles son los recursos internos que puedan llevar a competencias distintivas que, al ser administradas eficaz y eficientemente, produzcan ventajas competitivas sustentables y permitan que la empresa supere a sus competidores.

Según (Mendoza, 2013) Declara que el atributo que contribuye, fundamentalmente a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opción de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Este mismo autor resalta que específicamente la calidad del servicio hoy en día se ha vuelto requisito imprescindible para competir en todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de proceso.

Según (Holloway, 2014)La industria hotelera se ha desarrollado paralelamente al turismo masivo. La amplia variedad de ofertas surgidas ha permitido acoger a distintos tipos de turistas de acuerdo a sus expectativas. Rara vez la demanda hotelera es uniforme durante el año, razón por la cual los hoteles turísticos sufren de una fuerte estacionalidad, esto es, una elevada demanda durante las temporadas máximas en verano, y poca o nula, durante los periodos invernales.

Según, (Ledhesma, 2016) Es un establecimiento que primariamente provee y facilita alojamiento para el público en general con servicios complementarios de alimentación, bebidas, conserjería, botones, lavandería, teléfono etc. En este sentido se entiende por servicio hotelero, no sólo los aspectos de hospedaje como fin último, se requieren otros aspectos importantes que contribuyen al entorno del servicio que los hoteles deben brindar, estos van desde wifi, botones, conserjería, servicio de bar, alimentación, entre otros; en paralelo el servicio constituye un sistema complejo, cada día más variado con el afán de garantizar un descanso completo.

Por otra parte, (Bigné, 2014). La calidad hotelera tiene que ver con la excelencia en el trato a los clientes, atención amable y personalizada, la limpieza y comodidad de las instalaciones, con la disponibilidad y acceso de los empleados, y con muchos otros factores, sin duda, el éxito fundamental para la percepción de la calidad por parte de nuestros clientes es la relación calidad precio y la diferenciación con el resto de competidores. Mientras que (Tablado, 2012). Los hoteles presentan una posibilidad extraordinaria para dar servicio al cliente. Los “momentos de la verdad” vividos por el cliente en los hoteles son innumerables, y cada instante de su estadía es una prueba de fuego para la calidad del servicio que recibe. Es que

cuando un huésped se encuentra alojado en un hotel siempre está en una condición de alta sensibilidad. La situación que lo ha llevado hasta allí es, o una necesidad de descanso, de recreación, de dispersión, en el caso de un viaje de placer o vacaciones, o bien la necesidad de alojarse en otro lugar diferente a su hogar por algún motivo laboral o circunstancial. Éste es el desafío de la empresa hotelera.

Según (Báez, 2015). El cliente al llegar a un establecimiento de servicio, obviamente necesita o desea un servicio, pero sobre todo busca felicidad, seguridad, confort de habitaciones y áreas del hotel. Cualquier técnica o ciencia aplicada a la dirección hotelera no sería efectiva si no se logra entender por todos los trabajadores la necesidad de lograr el servicio de excelencia.
Nótese el autor (Huertas & Domínguez, 2013). Además de centrar un interés real en la calidad del servicio prestado, la necesidad primordial de la dirección de los hoteles radica en obtener información relevante que permita formarse una visión de su funcionamiento con el fin de utilizarla como soporte en el proceso de toma de decisiones, tanto a nivel global de la empresa, como a nivel de sección o departamento.

Según (Campa & Salas, 2014). Brindar un buen servicio hotelero no alcanza, si el cliente no lo percibe. Para ello es necesario tener en cuenta aspectos que hacen a la atención al público, como lo es la cortesía, simpatía, atención rápida, considerar la imagen como parte de la atención y del servicio, escuchar con atención y expresarse con claridad, mostrar disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.

Según (Mestres, 2014), para el autor el servicio de hotel es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento. Los hoteles están normalmente, clasificados en categorías según el grado de confort, posicionamiento, el nivel de servicios que ofrecen.

Según (Benítez, 2014), Afirma que una cadena hotelera puede lograr una sostenibilidad a largo plazo si establece un estándar de calidad en el servicio debido a que esto le propociona al turista una satisfacción a corto plazo y además genera procesos de fidelización que hacen que las personas visiten otro de los hoteles de una cadena y que además incentiven a su núcleo familiar y de amigos a que también los visiten, establece que para poder ser rentables necesitan desarrollar estrategias efectivas y que comprendan las propias características de cada establecimiento en particular.

Según (Rodriguez, 2012), Un hotel puede definirse como un establecimiento cuyo negocio primario está en suministrar los medios de alojamiento al público en general y que cumple uno o más de los siguientes servicios: vender alimentos, bebidas, servicio a la habitación o Room Service, camarera, de conserjería, botones y portero, lavandería

Según (Puig, 2016). La elección del hotel es una de las decisiones más importante que debe tomar la persona consumidora cuando va a contratar sus vacaciones, ya que además de ser de una de las partidas más importantes de la contratación, durante el período vacacional este alojamiento se convertirá en su hogar. Los establecimientos hoteleros se clasifican en

diferentes categorías en atención a sus características y a la calidad de las instalaciones y servicios que ofrecen, la clasificación de hoteles oficialmente por estrellas puede ser uno de los factores que determine su elección.

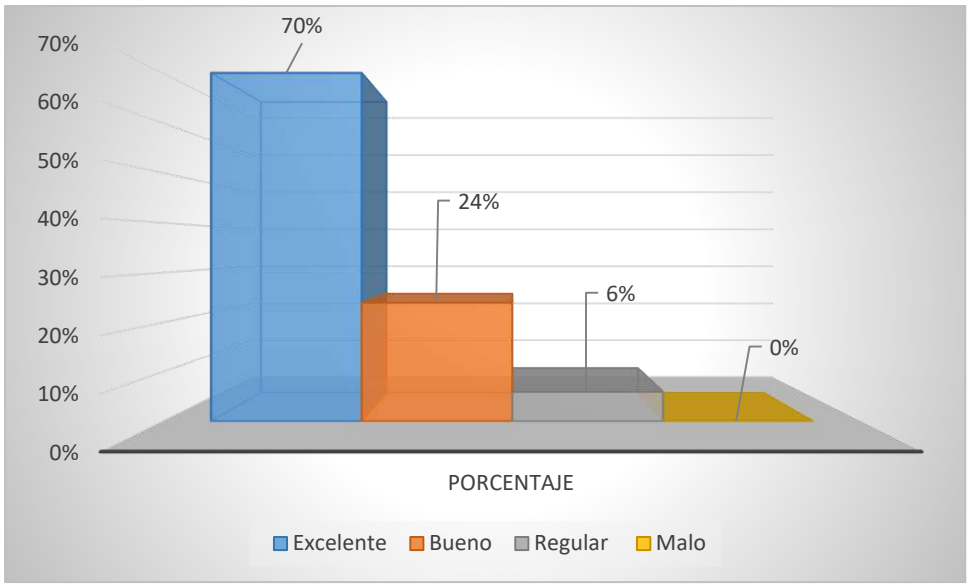
METODOLOGÍA

Para el presente artículo se utilizó la investigación de campo, con el propósito de extraer datos con aplicación de una encuesta, a la muestra de 382 personas de la población estimada, además utilizó la investigación bibliográfica, información científica de relevancia para el tema en estudio. En la investigación se utilizó un instrumento tipo encuesta, para conocer los aspectos relacionados con la calidad y aspectos del servicio hotelero en el cantón del estudio.

Resultados y Discusión

En la aplicación del instrumento diseñado para la investigación, a la población de Quevedo respecto a su criterio del estado de las instalaciones, en la que se obtienen datos interesantes de análisis como se observan en el Gráfico # 1.

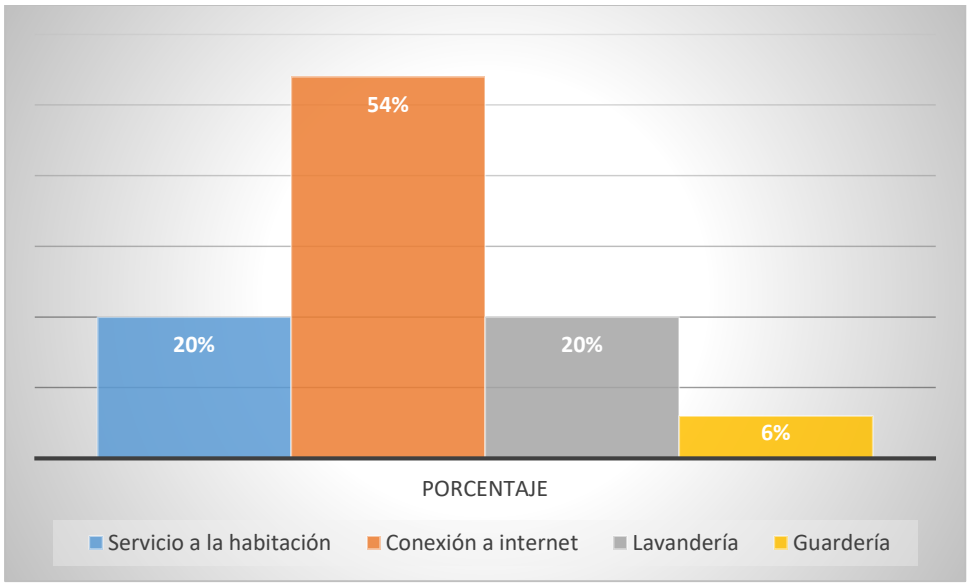
Gráfico 1. Estado de las instalaciones de la oferta hotelera en Quevedo.



Del gráfico 1, desprende que para el 70 por ciento de la muestra aplicada manifiestan que la estructura hotelera es excelente y que en el criterio de ellos se debe al incremento de hoteles en la ciudad; en la misma dirección con un porcentaje importante se observa que para el 24 por ciento de los encuestados consideran que las instalaciones de los hoteles en la ciudad son bueno, ya que consideran algunos tienen que pintarse, poner ascensor, capacitar al personal, entre otros factores; pero para el seis por ciento de los consultados manifestaron que las condiciones hoteleras en el cantón Quevedo se deben mejorar ya que los califican de regular, están en relación que existen muchas diferencias entre los hoteles, que Quevedo tiene muy pocos hoteles de calidad, que por tanto hay que hacer ingentes inversiones para mejorar la infraestructura hotelera, ya que consideran que es una ciudad en crecimiento y por tanto deben tener mejor infraestructura.

Por otro lado, se consultó a la población que aspectos toman en cuenta al momento de elegir hospedaje, los resultados se expresan en el siguiente gráfico con los datos en porcentaje de la siguiente manera.

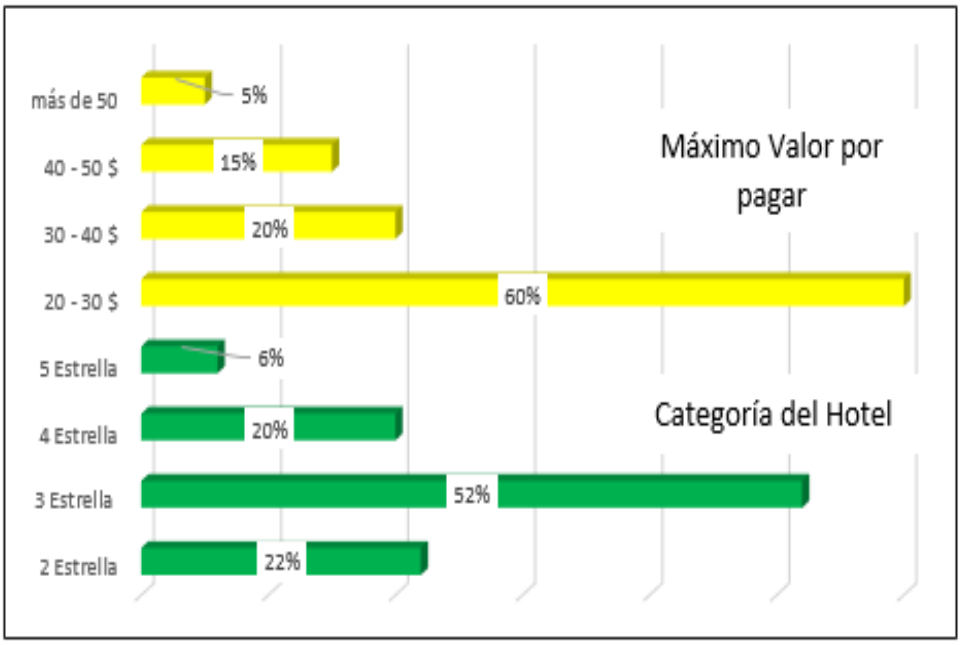
Gráfico 2. Aspectos considerados para tomar un hospedaje



Del gráfico 2, se puede inferir que para el 54 por ciento de los encuestados consideran muy importante que la acomodación cuente con internet, este es un factor importante, sin embargo, algunos de estos consideran de mal gusto que el internet en algunos hoteles cueste un dinero extra, por otro lado, para el 20 por ciento que cuente con lavandería 24 horas de esta forma pueden llegar con poco equipaje y hacer de su estancia mejor; de igual forma con el mismo porcentaje otros consideran que un buen servicio de la habitación es lo ideal, que no existe una mejor cosa que encontrar una habitación bien arreglada y a tiempo, eso hace que su estancia sea acogedora, con un seis por ciento algunos de los encuestados manifestaron que un servicio que se debe implementar es el de la guardería para poder disfrutar de las instalaciones del hotel como de los atractivos turísticos el lugar donde se hospeden.

Por otro lado, se consultó acerca de cuanto están dispuestos a pagar por una noche de hotel, vinculado por otro lado, con el tema de la calidad del hotel, acerca de los tipos de hoteles con los que cuenta la ciudad en relación a los valores que están dispuestos a pagar, valores respecto a la calidad del hotel. En el gráfico 3 se observa los porcentajes y la relación entre el valor a pagar y la calidad del hotel como preferencia del consumidor.

Gráfico 3. Relación entre valores a pagar y calidad del hotel



Del gráfico 3 se observa que los valores que los consumidores están dispuestos a pagar con un 60 por ciento los encuestados consideran que pagarían de 20 USD hasta 30 USD, mientras que el 20 por ciento de estos les conviene pagar de 30 USD a 40 USD, otros consideran en un 15 por ciento que pagarían de 40 USD a 50 USD y apenas el cinco por ciento de estos estaría dispuesto a pagar más de 50 USD siempre y cuando el hotel cumpla con sus expectativas.

Por otro lado, para los encuestados el orden de 22 por ciento consideran que un hotel de dos estrellas estaría dentro de sus opciones, que lo que les interesa está en contar con un espacio para descansar, para el 52 por ciento consideran un hotel de tres estrellas, es decir que para estos la acomodación debe tener ciertas características y contar con algunos servicios como internet, restaurant entre otros, por otro lado, para el 20 por ciento de los encuestados consideran prudente contar con un hotel cuatro estrellas y para apenas el seis por ciento de estos un hotel con todas las condiciones es decir un hotel cinco estrellas

A partir de los resultados los clientes interesados en la diversidad de servicios que se plasma en el confort y el bienestar como si fuese su propio hogar o mejor, concuerda con la información proporcionada por Fonseca (2013) el cual establece que las empresas hoteleras deben ofrecer una diversidad de servicios importante para captar a los clientes. Dicho argumento se acerca a la realidad de nuestros resultados de investigación, los mismos que reflejan que en la ciudad de Quevedo, tanto la calidad del servicio como la calidad de las instalaciones son excelentes e importantes para brindar comodidad y seguridad a los huéspedes.

Por otro lado, (Boza, Jhon; Manjarrez, Nelly, 2016), se requiere de un estudio estratégico que fundamente la situación concreta en este caso el servicio hotelera como tal, en función del desarrollo social y económico, en las relación existente entre el comprador y el servicio del hotel.

Además, los resultados demuestran que la mayor parte de los habitantes de Quevedo consideran que la principal cualidad que buscan las personas del hotel al hospedarse es la calidad de las instalaciones, trato, brinda una experiencia acogedora para un posible retorno del turista.

También recalcar que en Quevedo la tarifa de los hoteles es considerada como alta, sin embargo, las personas tienen disposición para pagar por el servicio de un hotel, consideran que la atención al cliente es excelente, les brindan diversos servicios como habitación doble, individual, suit, servicios de restaurante, piscina y acceso a internet. Algunas personas manifestaron que al momento de buscar un hotel para hospedarse prefieren el hotel Palmar del Sol, porque se encuentra un poco retirado de la ciudad, lo cual les brinda tranquilidad y confort.

En este sentido para (Boza, Jhon, 2018), el comercio informal es una realidad que también se aplica en el sector hotelero en algunas de sus formas, en este sentido también afecta el servicio.
Por otro lado, los resultados reflejan que los hoteles de la ciudad de Quevedo no se limitan tan solo a bríndales comodidad en el alojamiento, sino que también se preocupan por ofrecer servicios adicionales como televisión por cable, internet, piscina, restaurant, etc. A más de estos servicios mencionados también se preocupan por ofrecer a sus clientes atractivas promociones para facilitar que las personas accedan a solicitar el servicio del hotel.

(Boza & Manjarrez, 2016), se debe tomar el servicio hotelero de alguna forma a los emprendimientos ligados a la forma para fortalecer los servicios en toda índole.

Estos resultados guardan relación con lo que sostienen Gutiérrez (2012) y Regueira (2012), quienes señalan que el desempeño, éxito y prestigio de un buen hotel parte desde la infraestructura. Dicha manifestación de estos autores es muy acertada de acuerdo a los resultados obtenidos, ya que los hoteles de la ciudad de Quevedo también consideran que la calidad de la infraestructura del hotel es fundamental para desempeñarse eficientemente en el mercado hotelero; es por esta razón que cuentan con una buena infraestructura, conformada por un número considerable de habitaciones en buen estado, que contribuye a tener la capacidad de hospedar a un buen número de personas (100 personas) , y a ubicarse en la categoría de hoteles cuatro estrellas. Cabe destacar que algunos de los hoteles de la ciudad aun no cuentan con una estructura antisísmica, sin embargo, es preciso mencionar que ya están en proceso de construcción para de esta manera brindar más seguridad a sus clientes.

CONCLUSIONES

Los emprendimientos hoteleros de acuerdo a la investigación implica que para su aceptación no siempre está ligado al valor de los mismos, existen factores importantes como la ubicación, atención, trato, servicios adicionales ofrezcan para que los clientes tomen la decisión de considerarlos para su descanso, el mismo que es fundamental para que la experiencia sea agradable, esto implica que para los hoteles una buen atención permita que estos clientes los recomienden entre sus amigos y familiares, dando un redito de incremento de la clientela para estos hoteles recommendados.

La ubicación de los hoteles y la vista que estos tengan permite que resalte sobre las empresas de este sector, permite que los turistas lleven en su retina el lugar donde estaban situados, en este sentido la selección del mismo genera un aspecto importante en especial para los visitantes extranjeros elijan el mismo, de forma tal que represente la aceptación del emprendimiento hotelero por este detalle de gran importancia.

La información relevante sobre los servicios que brinda la infraestructura de emprendimiento hotelera del medio cuenta con tecnología, lo que genera seguridad en los huéspedes y además la empresa se protege de eventos que pueden ocurrir por diferentes razone.

BIBLIOGRAFÍA

Báez, S. (2015). *Hotelería y turismo.* Ciudad de México, México: Pearson Educación.

Benítez, J. (2014). *La calidad del servicio en la industria hotelera.* Bogota : Pearson Educación .

Bigné, J. (2014). *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo* (Tercera ed.). Cabo San Lucas, México: Pearson Educación.

Boza, J., & Manjarrez, N. (2016). Gestión de emprendimiento de Economía Popular y Solidaria para potenciar un desarrollo comunitario local. *Avances*, 66-76.

Boza, Jhon. (2018). COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN LA. *ARJE*, 415-423.

Boza, Jhon; Manjarrez, Nelly. (2016). Diagnóstico estratégico de emprendimientos de economía popular y solidaria en ecuador. *Ingeniería Industrial*, 208-217.

Campa, N., & Salas, M. (2014). *Contabilidad, control de gestión y finanzas de hoteles: con casos prácticos* (Segunda ed.). Madrid, España.

Fonseca, M. (2013). *Turismo, Hotelería y Restaurantes* (Primera ed.). Ciudad de México, México: Compañía Editorial Continental.

Gutiérrez, H. (2012). *Gestión de hoteles* (Tercera ed.). Barcelona, España: Pearson Educación.

Huertas, J., & Domínguez, E. (2013). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas* (Primera ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.

Ledhesma, M. (2016). *Periodismo turístico.* Buenos Aires: Editors.

Mestres, J. (2014). *Técnicas de Gestión y Hotelera .* Barcelona : Paraninfo.

Navarro, J. (2011). *Recepción hotelera y atención al cliente* (Cuarta ed.). Ciudad de México, México: Pearson Educación.

Puig, J. (2016). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración* (Pirmera ed.). México: Limusa. S.A.

Regueira, M. (2012). *Protocolo en hoteles* (Primera ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.

Rodriguez, J. (2012). *Organización y Dirección de Empresas Hoteleras.* Madrid: Síntesis, 1era Edición.

Ruíz, K. (2012). *Hostelería y restauración* (Pirmera ed.). Ciudad de México D.F., México: Limusa. S.A.

Tablado, A. (2012). *Análisis y estrategias de hoteles* (Primera ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.

Yépez, J. (2011). *Procesos de gestión de departamentos del área de alojamiento* (Pimera ed.). Madrid, España.

003. RECORRIDO POR CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL CON PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL: UN ESTUDIO DE CASO

TRAVELED BY HISTORICAL CENTER OF THE CITY OF GUAYAQUIL WITH PERSONS WITH VISUAL DISABILITIES: A CASE STUDY

Autor:

Dennis Tamara Maroto Zamora
Fundación Andar EQ
Ecuador
Magister
dennis.maroto@gmail.com

César Santana Moncayo
Universidad Ecotec
Ecuador
Magister
csantana@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El propósito de este trabajo es presentar el interés de las personas con discapacidad (PcD) visual en los viajes y la importancia de la Accesibilidad en: el medio físico, calidad en la atención, información y comunicación, y señalización en un destino o negocio al viajar; considerando potenciales lugares y adaptaciones a implementar en el sector turístico para facilitar el ocio y disfrute de las personas con discapacidad visual como clientes de los destinos turísticos.

La encuesta fue realizada a través de la identificación de una comunidad de personas con discapacidad visual de Guayaquil y posterior a una salida recreativa inclusiva en la que se recorrió una ruta creada para el Centro Histórico de Guayaquil.

En cuanto a datos estadísticos en referencia al Turismo Inclusivo, al momento no se cuenta con información socializada por los organismos del sector, por lo que se genera a través de este estudio una base en referencia a un grupo prioritario como es el de las PcD visual.

Palabras claves
Turismo, inclusión, discapacidad, accesibilidad, derechos, humanos, ocio, recreación,

ABSTRACT
The purpose of this work is to present the interest of people with visual disabilities in travel and the importance of Accessibility in: the physical environment, quality of care, information and communication, and signage in a destination or business travel; considering potential places and adaptations to be implemented in the tourism sector to facilitate leisure and enjoyment for people with visual disabilities as clients of tourist destinations.

The survey was carried out through the identification of a community of people with visual disabilities in Guayaquil and after an inclusive recreational trip in which a route created for the Historic Center of Guayaquil was traveled.

As for statistical data in reference to Inclusive Tourism, at the moment there is no information socialized by the organizations of the sector, so a base is generated through this study in reference to a priority group such as that of the blind people.

Key Words
Inclusive, tourism, disability, accessibility, human rights, leisure, recreation

INTRODUCCIÓN

El ocio como un derecho humano, es una premisa que no se ha establecido directa ni profundamente en el ser humano. Es por esta misma razón que nos encontramos con gran parte de la información turística dirigida sin especiaciones de servicios para personas con discapacidad (PcD) en sus diferentes tipos: visual, motriz, intelectual, auditiva; mucho menos para las personas con movilidad reducida (adulto mayor, madre con niños en brazos, viajeros con maletas grandes).

Es entonces que el "turismo inclusivo es el turismo que permite la **igualdad de oportunidades**, de todas las personas, para desarrollar la totalidad de las acciones que componen **la actividad turística** de una manera segura, cómoda, autónoma y normalizada, y que además trata de buscar también la rentabilidad económica, buscando beneficiar tanto a la persona con discapacidad como a las empresas del sector" (Autismo Madrid, 2019)., pero, ¿Qué tanto se sabe de los intereses de las personas con discapacidad en el turismo en la ciudad de Guayaquil?, ¿Cuáles son los atractivos, rutas establecidas y socializadas a estos grupos y a la sociedad en general por los organismos competentes? ¿Está la comunidad o entorno turístico consciente de las posibles visitas y capacitados para recibirlos y atenderlos de acuerdo a las particularidades de cada grupo?

A partir del año 2007, en Ecuador se da un cambio significativo de visión para las personas que viven con discapacidad, situación liderada por el ex Vicepresidente de la Republica Lcdo. Lenin Moreno Garcés, quien impulsó el primer proyecto "Ecuador sin barreras", la Misión Manuela Espejo y el programa Joaquín Gallegos Lara con la perspectiva de construir una sociedad incluyente, al amparo de los derechos humanos, generándose un movimiento y participación del país en ámbitos internacionales difundiéndose el mensaje que sí es posible para países en desarrollo implementar políticas públicas que promuevan y garanticen la plena inclusión económica y social de este grupo de atención prioritaria.

Sin embargo, el trabajo en territorio es poco conocido, trabajado o validado en el campo del turismo por parte de las PcD; al no establecerse la cadena de accesibilidad y responsabilidad de tareas entre el gobierno (políticas), Gad (ejecutor de proyectos) Empresa (productos y servicios inclusivos), Academia (formación de profesionales con enfoque humanista), Ongs; donde los principales beneficiarios de estos trabajos integrales son justamente las personas con discapacidad o con movilidad reducida (adultos mayores, personas con alguna limitación física no permanente, mujeres embarazadas, padres con cochecitos) y sus familiares, quienes con las salidas alcanzan mejorías en su actuar cognitivo, sensorial; el acompañante se reanima durante el recorrido al compartir y percibir un cambio en su entorno y los emprendedores o empresarios activan sus economías brindando un servicio y/o producto a un nuevo mercado que asciende constantemente en virtud de que la población también envejece.
Es por esto, que se crea la necesidad de realizar un trabajo donde se escoge a las PcD visual del Centro Municipal de apoyo para persona con discapacidad visual "Cuatro de Enero" para a través de una encuesta identificar: necesidades de ocio (donde quieren viajar), cómo realizan sus viajes, intereses en cuanto a accesibilidad antes, durante y luego de un viaje.

MARCO TEÓRICO

Considerando la opinión de Andalucia Lab que cita "**el turismo accesible** tiene como objetivo la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de comunicación, mientras que el **turismo inclusivo** persigue la igualdad de oportunidades de todas las personas para disfrutar de la actividad turística. (Pozo, 2019), y de la Organización Mundial del Turismo sobre el **Turismo para todos "**La accesibilidad, la sostenibilidad y la participación equitativa conforman lo que se conoce como "Turismo para Todos". (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2016); es interesante destacar como los términos en virtud de la importancia y puesta en escena de la vida política de la ciudad van marcando una línea de importancia, tal es el caso de la accesibilidad forma parte fundamental en el desarrollo y creación de espacios universales y accesibles pero que no necesariamente pueden llegar a ser inclusivos para todos los seres humanos; por lo que en un contexto universal donde cada vez más se demandan sociedades justas y desarrolladas en igualdad de condiciones el turismo se vuelve una posibilidad no solo de ocio sino de acierto en el campo laboral.

> "La Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIF) define la discapacidad como un término genérico que abarca deficiencias, limitaciones de la actividad y restricciones a la participación. Se entiende por discapacidad la interacción entre las personas que padecen alguna enfermedad (por ejemplo, parálisis cerebral, síndrome de Down y depresión) y factores personales y ambientales (por ejemplo, actitudes negativas, transporte y edificios públicos inaccesibles y un apoyo social limitado)"; y calculándose que más de mil millones de personas (es decir, un 15% de la población mundial) están aquejadas por la discapacidad en alguna forma; y eso no es todo, pues las tasas de discapacidad están aumentando debido en parte al envejecimiento de la población y al aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas". (World Health Organization (WHO), 2018)

En Ecuador, de acuerdo al Reglamento a la Ley Orgánica de Discapacidades (LOD)en su Artículo 1. Cita

> "…se considera persona con discapacidad a toda aquella que, como consecuencia de una o más deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, con independencia de la causa que la hubiera originado, ve restringida permanentemente su capacidad biológica, sicológica y asociativa para ejercer una o más actividades esenciales de la vida diaria, en una proporción equivalente al treinta por ciento (30%) de discapacidad, debidamente calificada por la autoridad sanitaria nacional. (Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades, 2017)

La Dirección Nacional de Discapacidades (DND) del Ministerio de Salud indica que "los tipos de discapacidad son: auditiva, física, intelectual, lenguaje, psicosocial y visual; en tanto, cada una de estas puede manifestarse de diferentes maneras y en diferentes grados"(Ministerio de Salud del Ecuador, 2019), agrupando las discapacidades auditiva y visual en la Sensorial y la de lenguaje en la psicosocial.

A partir del año 2007, en Ecuador se da un cambio significativo de visión para las personas que viven con discapacidad, situación liderada por en ese entonces, ex Vicepresidente de la Republica Lcdo. Lenin Moreno quien impulso el primer proyecto "Ecuador sin barreras", la Misión Manuela Espejo y el programa Joaquín Gallegos Lara con la perspectiva de construir

una sociedad incluyente, al amparo de los derechos humanos y en coordinación con las distintas dependencias gubernamentales.

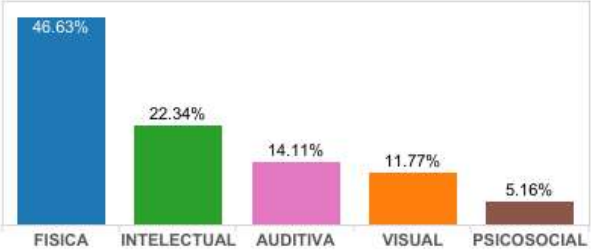
El turismo es la tercera actividad más relevante en Ecuador en la generación de divisas, en relación a los productos de exportación no petroleros como el banano y plátano, y el camarón, que aportó con cerca del 5.13% al PIB Nacional en el 2016; y donde se registran 2.427.600 llegadas de extranjeros al país en 2018, $1.043,4 como ingreso de divisas estimadas por turismo receptor en 2018 (USD millones), 134.774 empleo registrado en establecimientos turísticos, de acuerdo al catastro nacional provisional 2018 y 80.762 habitaciones disponibles en la planta de alojamientos. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019)

En referencia al Turismo Inclusivo conjugan para el desarrollo de trabajos integrales y de la cadena de accesibilidad: Ministerio de Turismo, Ministerio de Inclusión Social, Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS), Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad (FENEDIF), Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs), empresarios y sociedad civil de cada localidad; los que en muchos casos generan acciones aisladas y la obtención de información resulta lenta para la obtención de resultados pro activos para la ciudadanía.

En ese sentido es importante conocer que “Hay dos modelos de discapacidad y en cada uno las intervenciones tienen un carácter distinto: el modelo biopsicosocial o médico y el modelo social. En el primero se cree que la discapacidad reside en el individuo y, por lo tanto, las intervenciones se centran en la modificación o adaptación de la persona; el modelo social propone que el entorno crea discapacidad, entonces la intervención debe realizarse en el medio ambiente” (Moreno, 2016), por lo tanto, es primordial que las propuestas que se desarrollen sean trabajadas bajo el modelo social, desde las autoridades que emiten las directrices del turismo y dentro de cada organización que asocia a las PcD para animarlas a que se vean desde otra óptica, con una condición pero con el derecho a participar activamente desde la independencia.

Según datos del CONADIS, a agosto de 2019, se registran 468.537 personas con discapacidad en Ecuador del tipo: física, intelectual, auditiva, visual y psicosocial; siendo el grupo etario el de 30 a 64 años los que presentan en mayor porcentaje las diferentes discapacidades. Cuadro N.1.

ILUSTRACIÓN 1
TIPOS DE DISCAPACIDAD EN ECUADOR

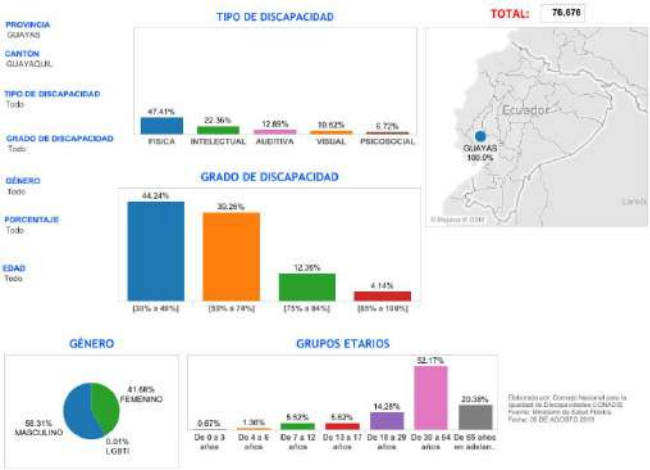


Fuente: Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS)

En la ciudad de Guayaquil se encuentran registradas 76,676 PcD, de las que el 47,41% corresponde a discapacidad física, le continúan intelectual, auditiva y visual; con un grado de

discapacidad del 30 al 49% correspondientes al 44,24% del total; y con el 52,17% que corresponden a la edad de 30 a 64 años.

ILUSTRACIÓN 2
PERSONAS CON DISCAPACIDAD REGISTRADAS EN GUAYAQUIL



Fuente: Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS)

A nivel internacional, se cuentan con datos que dan ideas sobre los intereses de las personas con discapacidad y/o movilidad reducida al viajar:

> "En Europa, por ejemplo, se calcula que el mercado del turismo accesible representa alrededor del 27% de la población total y el 12% del mercado turístico. Estas cifras tienen en cuenta el elevado porcentaje de viajeros mayores (ya que las personas de más de 60 años constituirán el 22% de la población mundial en 2050), las personas con discapacidad y las familias con niños pequeños". (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2015)

En España, un 56% de las personas con movilidad reducida y otras discapacidades, 3.3 millones, renuncia a irse de vacaciones por la falta de una oferta adecuada y esta firma destaca que la falta de accesibilidad afecta también al crecimiento económico del sector, que podría generar más empleo si se adaptaran todos los entornos y servicios de los traslados y destinos. Así también la adaptación de los destinos y de los servicios de los traslados generarían más de 100.000 nuevos empleos cada año. (Accesturismo International Consulting, 2008)

A nivel de Latinoamérica es limitada la información relacionada al perfil del turista con discapacidad, en Noviembre de 2019, de acuerdo a la necesidad presentada entre los Corresponsales de la Revista Latinoamérica de Turismo Inclusivo, de México, se realizará la creación del Observatorio de Turismo Inclusivo en América Latina, oportunidad que permitirá encaminar esta necesidad a nivel latinoamericano, en tanto el enfoque es netamente asistencialista a la fecha, de manera que los cuidados o atenciones van dirigidos hacia aspectos de salud, sin embargo la parte mental y emocional podría dar mejores resultados si se aplica en conjunto aspectos ligados a la salud y el ocio.

Organizaciones como Illunion a nivel internacional buscan desarrollar acciones empresariales innovadoras que favorezcan la integración laboral de las personas con discapacidad, manteniendo el equilibrio entre los objetivos económicos y sociales; dentro de los cuales enmarcan conceptos del turismo, tanto desde el punto de vista de quien disfruta como de quien puede ser parte del equipo que provee el servicio.

A nivel de Latinoamérica, a través de la iniciativa: 'Tiflolibros', creada en 1999, la ciudad colombiana de Cali ha apostado por impulsar el Turismo Inclusivo mediante de la incorporación de aspectos que permitan a los visitantes ciegos disfrutar de las actividades que, comúnmente, realizan los turistas en su ciudad, como es montar en bicicleta, bailar o hacer 'tours' para conocer algunas de las regiones más cercanas. Este proyecto ha sido desarrollado en Argentina y México, y nació con el objetivo crear una biblioteca digital para PcD visual, que con el tiempo ha derivado en un proyecto que da la mano a las personas ciegas o con visión reducida a viajar por el mundo sin miedo, el **'**Tifloencuentro'. (Fundación ONCE América Latinal (FOAL), 2017)

Una particular experiencia que se vive en Ecuador, es la "Guianza de turismo por el Centro Histórico de Quito por guías con discapacidad visual", proyecto de Turismo Sensorial, que nace en 2017 en conjunto entre el Ministerio de Turismo, la Federación Nacional de Ciegos de Ecuador y la empresa pública ESPE Innovativa". Los recorridos turísticos se los realizará por La Catedral, espacio en el que se conocerá la historia del Gallito de la Catedral de una forma lúdica, heladería San Agustín sitio que permitirá elaborar helados de paila con los ojos vendados para vivir la experiencia sensorial, en los Museos San Agustín y Numismático los visitantes conocerán sus atractivos activando su sentido del tacto. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017)

> "Fueron 31 guías certificados, con un proyecto que surgió por un pedido de la Federación Nacional de Ciegos del Ecuador (Fence) y para su ejecución se destinaron $ 30.000, de acuerdo a lo indicado por el Ministro de Turismo, Enrique Ponce de León. Hasta la fecha Quito cuenta con 14 operadores que están certificados en temas de calidad y responsabilidad social. Actualmente funcionan restaurantes inclusivos". (El Telégrado, 2018)

Sin embargo, en 2019, se consolida el grupo "Viviendo Quito con sentidos" conformado por cinco personas que durante su recorrido buscan sensibilizar a los turistas frente a la discapacidad con relatos que incluyen diálogos y sonidos para teatralizar leyendas, así como aromas relacionados con sus historias; en los que en alguna parte del camino son vendados sus ojos, para vivir una experiencia real. (Diario Metro , 2019)

En Guayaquil, se cuenta con tres asociaciones afiliadas a la FENCE: Asociación de Personas con Discapacidad Visual, "ASODIV", Centro Municipal de apoyo para personas con discapacidad visual "Cuatro de Enero", Asociación de Ciegos del Guayas (ACACIG), de las que participan PcD visual o con baja visión de Guayaquil y sus alrededores. Entre las acciones que se han generado para este, y otros grupos vulnerables es un trabajo en búsqueda de espacios públicos que promueve la valorización y el disfrute del uso no instrumental del tiempo; sin embargo, un vínculo o programa directamente basado en turismo inclusivo no.

Desde el sector empresarial, se cita la propuesta de la empresa “Coaching your Senses”, la que a través de eventos como cata de vinos a ciegas busca generar una experiencia que despierta los sentidos por 3 horas en los ojos de un ciego, y participan de la misma un sommelier, un chef, un grupo de Danza o un músico con discapacidad visual y una persona con discapacidad visual que dará su testimonio de vida en la que participan también los asistentes cubriéndose sus ojos para la degustación de vino y plato establecido.

MATERIALES Y MÉTODOS

Fundación Andar Eq es la primera organización en la ciudad de Guayaquil que se encuentra realizando actividades basados en Ocio y Recreación Inclusiva, para personas con y sin discapacidad; en el marco de la recreación con educación y empoderamiento del espacio público.

ILUSTRACIÓN 3
SALIDA RECREATIVA INCLUSIVA POR EL MALECON SIMÓN BOLIVAR

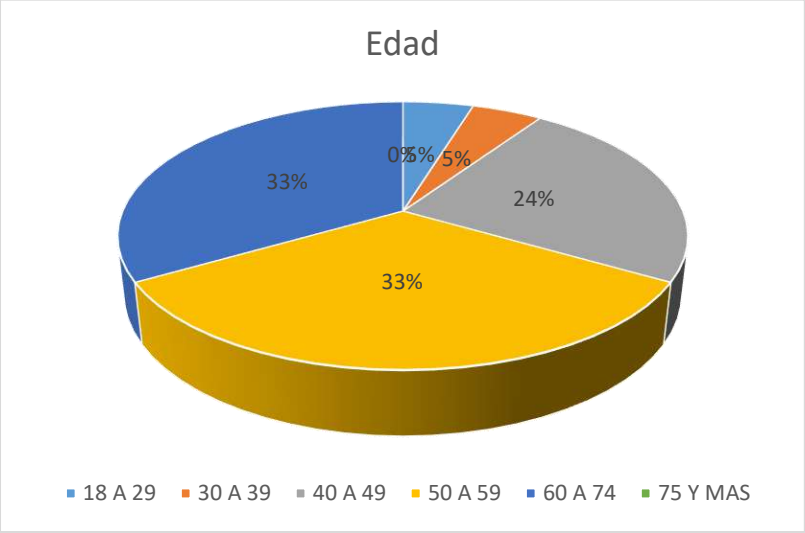
Se realizó una encuesta el 27 de enero de 2019 con un grupo de 21 personas del Centro Municipal de apoyo para personas con discapacidad visual "Cuatro de Enero" posterior al recorrido de tres (3) horas por el centro histórico de la ciudad, diseñado especialmente para ellos, entre estos: Parque Seminario, Plaza de la Administración (Monumento Fragua de Vulcano, escultura “Las 6 virtudes de Guayaquil”), Municipio de Guayaquil, Malecón Simón Bolívar y varios de sus monumentos).

ILUSTRACIÓN 4
RECORRIDO POR PARQUE SEMINARIO

Resultados y discusión

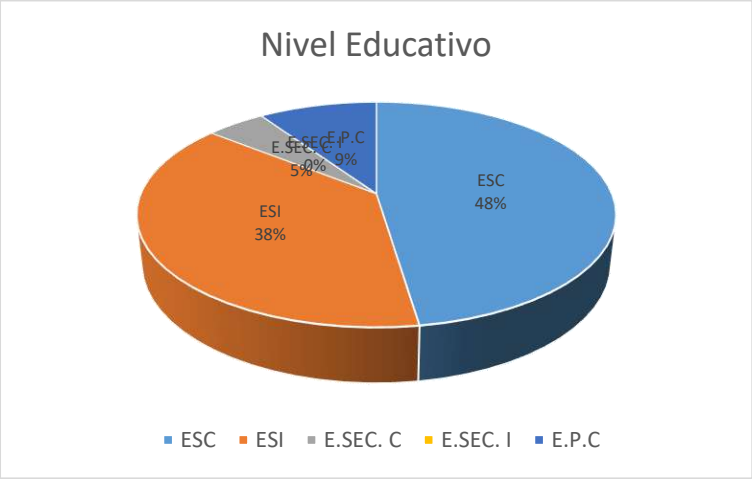
Participaron 21 personas donde el 100% corresponden a la discapacidad visual. De las cuales el 43% son mujeres y 57% son hombres. El grupo etario de 50 a 59 y 60 a 74 años corresponden al 33% en ambos casos, y de 40 a 49 años el 24%

ILUSTRACIÓN 5
EDAD DE ENCUESTADOS



El 48% de los encuestados ha culminado su tercer nivel académico (profesional), el 38% no terminó la universidad y el 9% terminó la escuela.

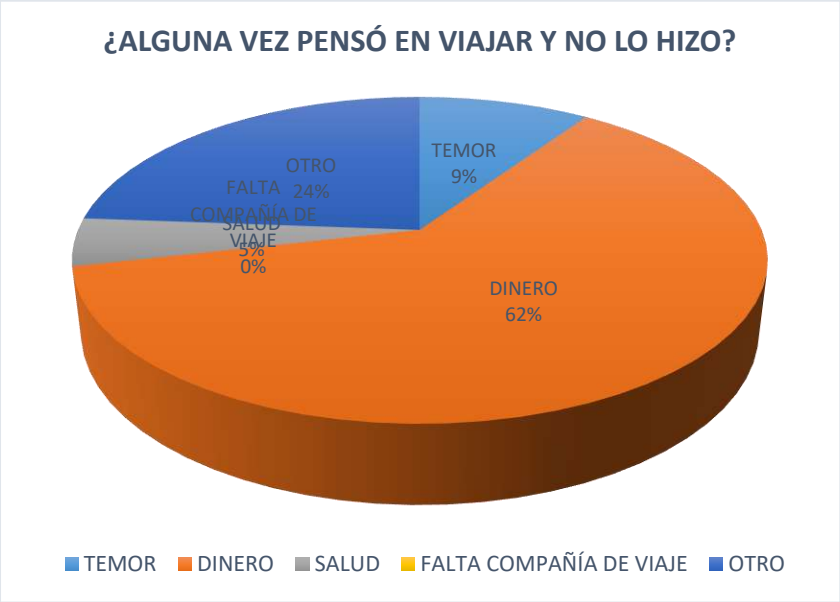
ILUSTRACIÓN 6
NIVEL EDUCATIVO DE ENCUESTADOS



Al contar con un nivel académico superior del 48% de los encuestados, fue posible el recorrido sea dinámico y que exista mayor participación con los anfitriones al momento de realizar las explicaciones de cada atractivo y/o monumento.

A la pregunta si alguna vez pensó en viajar y no lo hizo, el 62% respondió que se dio por la falta de dinero, el 24% indicó otras razones entre estas: No le gusta, por falta de oportunidades, trabajo e indecisión; y el 9% no lo realizó por temor.

ILUSTRACIÓN 7
RAZONES DE POR QUÉ NO VIAJA



El 81% indica que viaja por lo menos 1 vez al año y el 4% no por falta de autonomía y porque no hay oportunidades.

ILUSTRACIÓN 8
VIAJA UNA VEZ AL AÑO

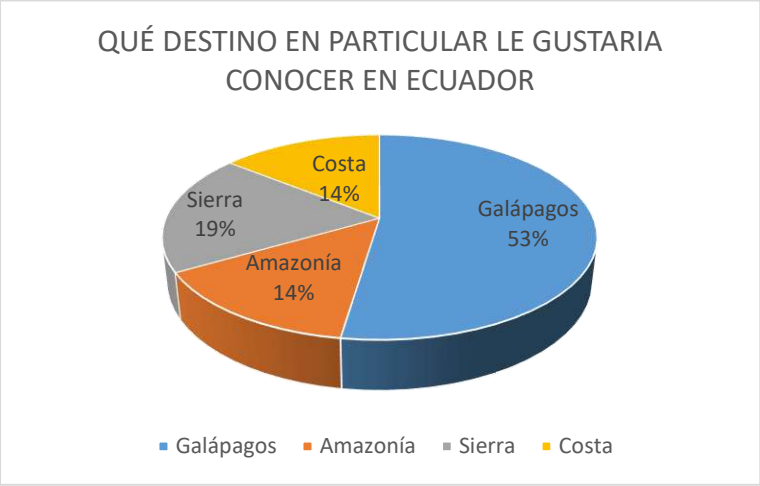
El 67% viaja con su familia, el 13% respondió otro y el 9% indicó que viaja solo.

ILUSTRACIÓN 9
VIAJA SOLO O ACOMPAÑADO

El 100% de los encuestados indica que sus viajes los organizan de manera independiente, es decir sin el requerimiento de visitar una agencia de viajes para poder realizarlo; un (1) solo encuestado (5%) indicó que en caso de que sea el viaje de tipo internacional, si se ve en la necesidad de hacer uso de una agencia

Las actividades que gustan los Pcd visual encuestadas son de sol y playa, agroturismo y cultural; en ese orden de interés; y del destino de su preferencia están: Galápagos con el 53%, Sierra 19% Amazonía y costa con el 14%.

ILUSTRACIÓN 10
QUE DESTINO QUIERE VISITAR DE ECUADOR

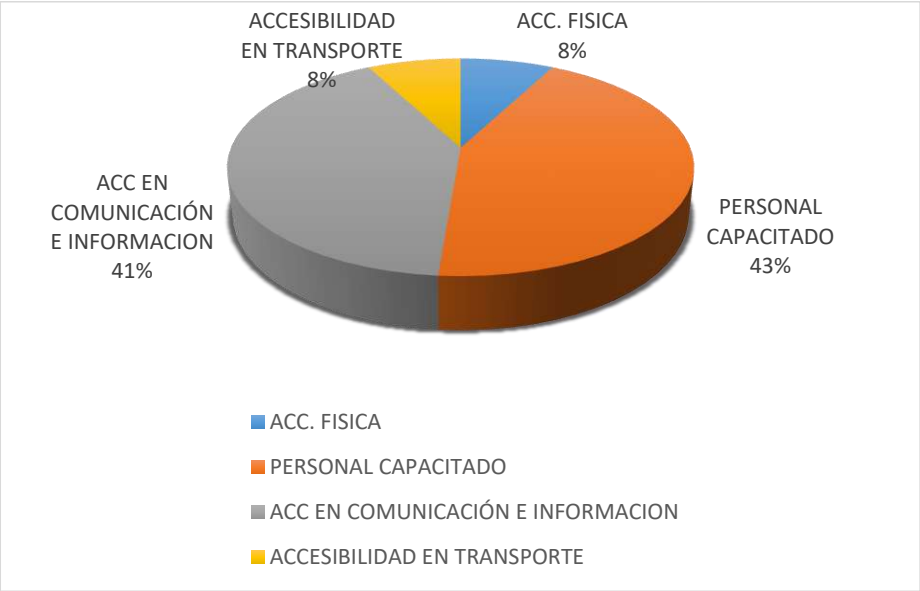


A la pregunta de ¿Qué tipo de accesibilidad considera más relevante en un establecimiento o destino turístico? En la que se tenían como máximo 2 opciones indicaron en orden de importancia personal capacitado, comunicación e información, física y transporte en igual número. En este sentido para este grupo es de suma importancia que el personal de servicio al cliente o con el que se encuentren pueda dirigirlos oportunamente al requerimiento solicitado.

Tabla 1
TIPO DE ACCESIBILIDADMAS RELEVANTE EN DESTINO

TIPO DE ACCESIBILIDAD	**FRECUENCIA**
ACCESIBILIDAD FISICA	3
PERSONAL CAPACITADO	17
ACC EN COMUNICACIÓN E INFORMACION	16
ACCESIBILIDAD EN TRANSPORTE	3

ILUSTRACIÓN 11
TIPO DE ACCESIBILIDAD RELEVANTE EN DESTINOS



En cuanto a las barreras durante todo el ciclo del viaje (antes, durante y post), el 80% del grupo encuestado tiene baja visión y hacen uso del bastón y pueden trasladarse de manera independiente sin mayor inconveniente en la etapa de preparación del viaje (pre), excepto al mencionar 1 la falta de señalética en el terminal terreste y las escaleras. Durante el viaje la principal barrera es el personal no capacitado para poder explicarles y dirigirlos, así como las barreras de los lugares visitados.

La pregunta 12 ¿Cuáles de estas variables cree más relevantes cuando un destino o negocio se ofrece como accesible? Se sub dividió en: Accesibilidad al medio físico, calidad en la atención, información y comunicación, y señalización.

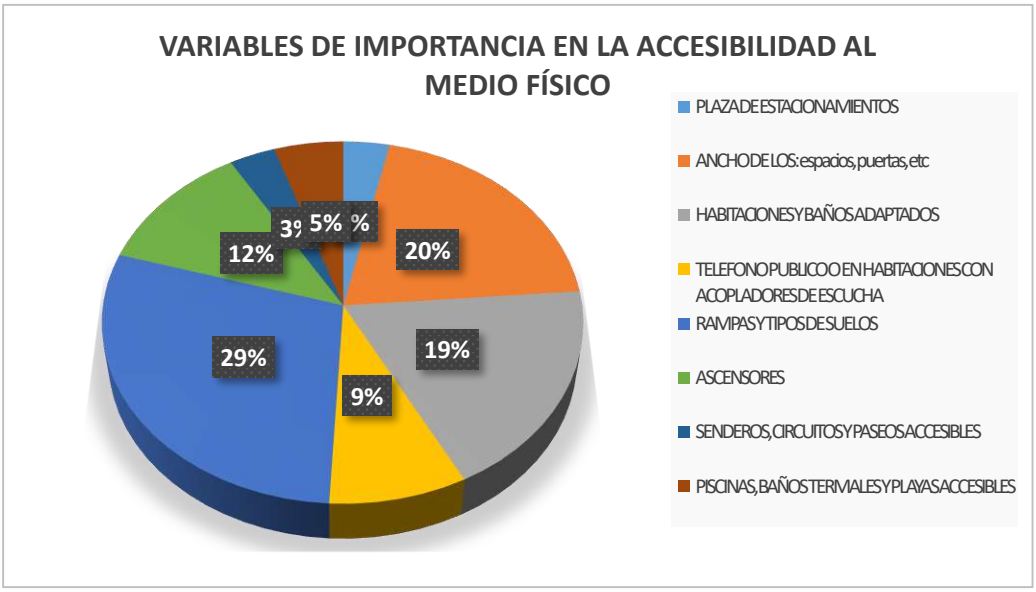
En la pregunta 12.1 sobre ACCESIBILIDAD AL MEDIO FISICO, y en la que tuvieron 4 opciones como límite para escoger, respondieron en orden de importancia: rampas y tipos de suelos, ancho/amplitud de los espacios y/o entorno donde se encuentren, habitaciones y baños adaptados; en conclusión, la infraestructura debe estar basada en conceptos de diseño universal de manera que puedan con facilidad y seguridad desplazarse, y descansar con comodidad en el establecimiento que elijan.

Tabla 2

ACCESIBILIDAD AL MEDIO FISICO

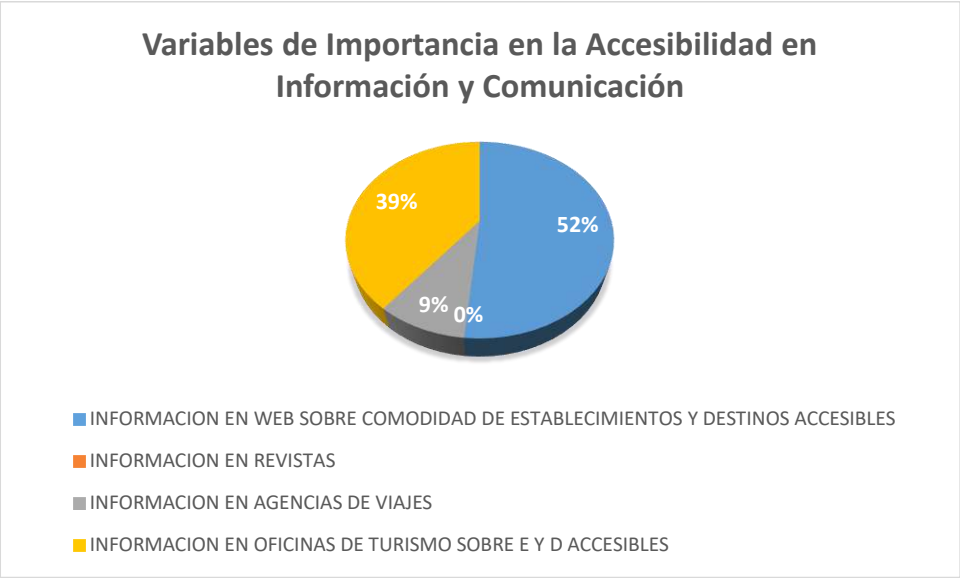
Plaza de Estacionamientos	Ancho de los: espacios, puertas, etc	habitaciones y baños adaptados	Teléfono público o en habitaciones con acopladores de escucha	Rampas y tipos de suelos	Ascensores	Senderos, circuitos y paseos accesibles	Piscinas, baños termales y playas accesibles
2	12	11	5	17	7	7	3

ILUSTRACIÓN 12
VARIABLES DE IMPORTANCIA EN LA ACCESIBILIDAD AL MEDIO FISICO



En la pregunta 12.3 sobre ACCESIBILIDAD EN INFORMACION Y COMUNICACION, y en la que tuvieron 2 opciones como límite para escoger, respondieron en orden de importancia: El 52% la necesidad de contar con información del sector turístico en la web, donde se detallen los establecimientos y destinos accesibles; el 39% la importancia de contar con oficinas de turismo, y el 9% citó a las agencias de viajes como opción para contar con información turística al momento de requerirla y que cuente con todas las facilidad de accesibilidad. En este caso particular, en la ciudad no se cuenta con un punto de información turística que se encuentre ubicado en un sitio reconocido turísticamente.

ILUSTRACIÓN 13
VARIABLES DE IMPORTANCIA EN LA ACCESIBILIDAD DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN



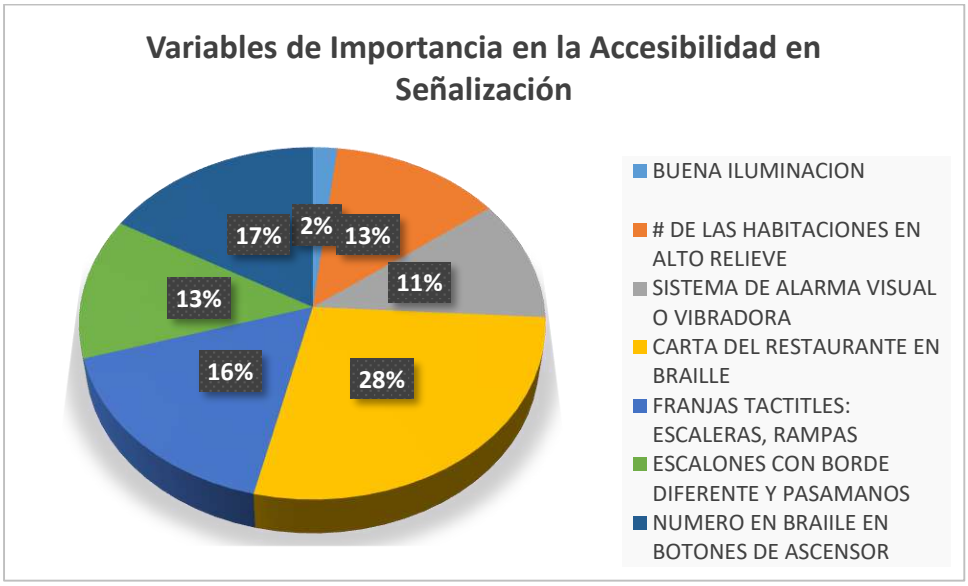
En la pregunta 12.4 sobre la ACCESIBILIDAD EN LA SEÑALIZACION y en la que tuvieron 3 opciones como límite para escoger, respondieron en orden de importancia: 28% el menú de los restaurantes que esté en lectura braille, 17% número de botones en ascensores en braille y el 16% que exista la debida señalización representadas en franjas táctiles que se colocarán en lugares claves e identificados en cada destino y que brinde la seguridad como: rampas (en calzadas o edificios), escaleras.

> "Una superficie podotáctil para personas ciegas o de baja visión, es una superficie con una textura, para que peatones con discapacidad visual puedan reconocer en tocar (por los pies, a través del calzado, o por el bastón) y cubriendo el piso de algunos lugares públicos para indicar un peligro para ellos: un obstáculo, la salida de una zona protegida (principalmente en aceras o paso peatonal al ingreso de peatones, y en el borde de los andenes de vías férreas), un cambio de nivel en bordillos o cordones, uno o más pasos de escaleras, etc. (Loo-Morrey, 2005).

TABLA 3
ACCESIBILIDAD EN LA SEÑALIZACION

Buena Iluminación	# de las habitaciones en alto relieve	Sistema de alarma visual o vibradora	Carta del restaurante en braille	Franjas táctiles: escaleras, rampas	Escalones con borde diferente y pasamanos	Número en braille en botones de ascensor
1	7	6	15	9	7	9

ILUSTRACIÓN 14
VARIABLES DE IMPORTANCIA EN LA ACCESIBILIDAD EN SEÑALIZACION



CONCLUSIONES:

Las personas con discapacidad al igual que las personas sin discapacidad, tienen el interés y los deseos de viajar.

Las PcD visual viajan fuera de su ciudad, por lo menos una (1) vez al año, acompañados por miembros de su familia. El servicio de una agencia de viajes, es utilizado para organizar sus viajes, sólo en caso de que sea fuera del país; caso contrario las salidas son organizadas por los mismos familiares de las Pcd visual.

Se requiere de manera apremiante para poder desarrollar el turismo inclusivo en el país, trabajar en conjunto con las personas con discapacidad visual para impulsar y promover de manera puntual actividades que permitan sensibilizar al sector turístico, relacionados al arte como museos, teatros; donde lo sensorial sea más tangible; con el empresario hotelero y de restaurantes que se trabaje o adapten sus servicios para el mercado de las PcD y movilidad reducida, con empresas relacionadas a la TiCs para que dispositivos tecnológicos permitan un mayor disfrute tanto de actividades como ubicación y desplazamiento hacia los lugares turísticos.

De gran importancia, es contar con una web accesible y/o un punto turístico ubicado estratégicamente para facilidad del turista y que sea direccionado con material promocional accesible por personal debidamente preparado para atender a todo tipo de turista nacional o internacional, con o sin discapacidad, en búsqueda de un turismo inclusivo por y para su ciudad.

De gran importancia es poder levantar datos estadísticos sobre el turismo inclusivo para animar al empresario turístico a invertir, así como a las autoridades a generar beneficios a

empresas socialmente responsables con la inclusión de las personas con discapacidad como cliente y proveedor de la cadena de valor turística.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Accesturismo International Consulting. (2008). *"El mercado potencial del turismo accesible para el sector español".* España: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
2. Autismo Madrid. (19 de agosto de 2019). *Autismo Madrid*. Obtenido de Autismo Madrir: https://autismomadrid.es/dependencia-2/turismo-inclusivo/
3. Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades. (27 de octubre de 2017). Obtenido de Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades: https://www.consejodiscapacidades.gob.ec
4. Diario Metro . (31 de Mayo de 2019). Guías turísticos no videntes pasean a turistas por el centro histórico de Quito. *Diario Metro* .
5. El Telégrado. (27 de abril de 2018). Guías no videntes enseñan a "viajar" con los sentidos.
6. Fundación ONCE América Latinal (FOAL). (01 de septeiembre de 2017). Obtenido de Fundación ONCE América Latinal (FOAL): https://www.foal.es/es/noticias/turismo-para-invidentes-la-nueva-apuesta-de-colombia
7. Loo-Morrey, D. M. (2005). *Tactile Paving Survey.*
8. Ministerio de Salud del Ecuador. (26 de agosto de 2019). Obtenido de Ministerio de Salud del Ecuador: https://www.salud.gob.ec/direccion-nacional-de-discapacidades/
9. Ministerio de Turismo del Ecuador. (4 de Diciembre de 2017). Guías con discapacidad visual recibieron certificado de guianza turística local. Quito, Pichincha, Ecuador.
10. Ministerio de Turismo del Ecuador. (27 de Agosto de 2019). Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras
11. Moreno, D. C. (2016). Tecnologías de Investigación y Comunicación para el Turismo Inclusivo. *Revista de la Facultad de Ciencias Económica: Investigación y Reflexión*, 146.
12. Organización Mundial del Turismo (OMT). (2015). *Día Mundial del Turismo, 2016 «Turismo para todos: promover la accesibilidad universal» Buenas prácticas en la cadena de valor del turismo accesible.* Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT).
13. Organización Mundial del Turismo (OMT). (2016). *Turismo Accesible para Todos: Una oportunidad a nuestro alcance.* Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT).
14. Pozo, J. C. (20 de agosto de 2019). *Andalucía Lab*. Obtenido de Andalucía Lab: https://www.andalucialab.org/blog/turismo-inclusivo-turismo-accesible/

15. World Health Organization (WHO). (16 de enero de 2018). *World Health Organization (WHO)*. Obtenido de https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health

004. ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS PARA UN HOTEL NUEVO. CASO HOTEL EN EL CANTÓN DURÁN

Msc. Alejandra Ycaza Calderón

Master en Turismo con mención en Administración de Empresas Turísticas, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Coordinadora Académica de las Carreras de Turismo y Hotelería. Profesor a tiempo completo de la Universidad tecnológica ECOTEC. Asesora Hotelera.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la importancia de la creación del departamento ventas de un hotel, para afianzar una cartera de clientes adecuada, logrando así posicionar el mismo dentro del sector en el que se encuentre. En este caso se tomará en cuenta la operación de un Hotel de categoría A en el cantón Durán de la provincia del Guayas, que abrió sus puertas en abril de 2017.

Se analizará la oferta hotelera dentro del cantón, las tarifas ofrecidas en el sector, y el tipo de clientes que se hospeda.

La metodología utilizada será cualitativa mediante la observación y percepción del servicio al huésped, y cuantitativa basada en la recolección de datos de resultados de las ventas del hotel.

Se analizarán las ofertas comerciales, mercado y servicios, si suple las demandas del mercado, la fluctuación de tarifas y los canales de venta online y acciones del departamento comercial, las alianzas estratégicas realizadas, y el impacto que tienen los hoteles de Guayaquil en la captación de clientes.

Palabras clave: operación hotelera, estrategias de mercado, las tarifas en el market share, impactos, alianzas, captación de clientes,

ABSTRACT

This article analyzes the importance of the creation of the sales department of a hotel, to secure a proper portfolio of clients, managing to position so the same within the sector in which you are. In this case we will consider the operation of Category A Hotel in Duran in Guayas; that opened its doors in April 2017.

It will analyze the hotel offer within the canton, the rates offered, and the type of client that the sector has.

The methodology used will be qualitative through observation and perception from the service point of view, and quantitative from the growth of sales of the hotel.

The commercial offers, market and services, will be analyzed if it supplies the demands of the market, fluctuation of rates and actions of the commercial Department and online sales channels, made alliances, and the impact that have hotels of Guayaquil in customer acquisition

Key words: Hotel operation, market strategies, market share rates. Impact, alliances, customer acquisition**.**

INTRODUCCIÓN

La hotelería es una de las áreas empresariales más importantes dentro de las empresas de servicios. Para mantener un hotel posicionado en el mercado, con una tarifa promedio acorde a lo que el producto ofrece, y con una ocupación que permita recibir un retorno de inversión (ROI) que justifique la creación del mismo se debe tener un correcto manejo del marketing y de las ventas del hotel.

Kotler, Bowen, T. (2015) concluye que el marketing debe entenderse como toda acción dirigida a atender la demanda de los clientes; "Es una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores"

Si se logran comprender las necesidades del consumidor, se podrán desarrollar productos y servicios que proporcionen un valor superior para el cliente; y así fijar un precio (o tarifa en el caso de hotelería) logrando distribuir y comunicar de manera eficaz la oferta hacia el cliente final. De esta manera, la parte comercial podrá vender con mayor facilidad el producto que llegará al cliente correcto, en el momento correcto, por el canal correcto y al precio correcto.

Las necesidades y deseos de los clientes se satisfacen mediante una oferta al mercado compuesta por cierta combinación de elementos tangibles, servicios, información y experiencias.

Muchas veces se asocia un producto a algo tangible únicamente, pero en la empresa de servicios el producto es realmente la experiencia que el cliente final (huésped en hotelería) recibe. Y eso se consigue cuando todas las áreas que están involucradas con esta experiencia logran manejarse con sinergia, buscando el mismo objetivo, para que cada vez que el huésped se encuentre dentro del radar de cada departamento se consiga cumplir dicho objetivo a cabalidad.

El área de marketing y ventas de un Hotel debe siempre estar en constante comunicación con el resto de las áreas del hotel, primero se analizará lo que el huésped busca, para después desarrollar las mejores herramientas y estrategias para que esa información llegue al cliente potencial que se convertirá en un cliente real y mejor aún en un cliente fiel.

Una vez que el huésped llega al Hotel es el deber de todas las demás áreas completar el ciclo de una experiencia exitosa durante la estancia del mismo.

Adicional al marketing y ventas, otra área que se ha convertido en clave para lograr las mejores gestiones de venta es el Revenue Management (Gestión de ingresos para hoteles).

El Revenue Management ayuda a predecir los comportamientos de la demanda con el fin de optimizar el inventario y los precios, maximizando el crecimiento de los ingresos. Revenue Management significa no vender una habitación hoy a un precio bajo, para venderla mañana a un precio superior.

Es por esto, que se convierte en una herramienta clave para la mejora de las ganancias de los hoteles, que ha ido evolucionando cada vez más, donde se reconoce su importancia y se manifiesta en los resultados y estadísticas históricas de los mismos, en el comportamiento de la demanda y de la oferta con tarifas estáticas vs tarifas cambiantes que se modifican dependiendo de la necesidad.

Para lograr esta excelente comunicación entre estos departamentos que pueden estar manejados por una misma persona si el hotel no es muy grande, es necesario conocer el mercado de pies a cabeza, así como el producto que se tiene y las fortalezas y debilidades que dicho producto tiene frente a los competidores más cercanos.

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que se puede satisfacer mediante relaciones de intercambio (Kotler & Bowen T., 2015)
.
De acuerdo a Padilla y Garrido, 2012, las empresas hoteleras se enfrentan a un mercado cada vez más competitivo, en el que disminuye y en el que se presta poca atención a la creación de valor añadido.

“En el sector de servicios el valor se mide, entre otros aspectos, en relación con la calidad percibida (Acosta et al., 2002, Juliá et al., 2004), que está vinculada al capital humano y que es clave en la competitividad de una empresa (Lillo, Ramón y Sevilla, 2007).” (Ruizalba, Vallespín, & Pérez-Aranda, 2014). Es por esto por lo que, es de mucha importancia que las personas que se desenvuelvan en los departamentos de Marketing y Ventas, también llamado Departamento Comercial, entiendan perfectamente el mercado, y sobre todo conozcan y crean en el producto que venden para que se logre esa comunicación eficaz que permita que se cierre la venta creando el impacto esperado en las ganancias.

DESARROLLO

El cantón Durán se encuentra ubicado en la margen derecha del rio Guayas, al centro de la región litoral del Ecuador. La cabecera Cantonal la ciudad de Duran se encuentra conectada con la ciudad de Guayaquil y con el Cantón Samborondón por medio del puente de la Unidad Nacional.

Entre las principales fuentes de producción económica se encuentran las industrias y el comercio mayorista.

En el ámbito de su territorio se encuentra el Área Nacional de Recreación Isla Santay e Isla Gallo, consideradas dentro de la figura de áreas protegidas.

Por su cercanía a la ciudad de Guayaquil, puerto principal del Ecuador, el Hotel estudiado es un hotel mayoritariamente comercial. Su ubicación privilegiada en unas de las avenidas más transitadas de la ciudad, a una cuadra de la estación del Ferrocarril, y con acceso directo al puente de la Unidad Nacional permite que los futuros clientes puedan acceder a sus instalaciones sin mayor inconveniente.

El hotel abrió sus puertas en abril de 2017, con 20 habitaciones de lujo, una cafetería solo para atención al huésped, y un segundo piso y terraza en construcción para su expansión en un futuro cercano. En el mismo mes de su creación se generó la necesidad de crear un departamento de comercial para poder darse a conocer y empezar la gestión de ventas.

Para crear el departamento comercial de un hotel primero se deben analizar varios factores para saber hacia donde deberán ir enfocados los esfuerzos, y así generar el Revenue esperado.

La segmentación de mercado tiene que permitir identificar las razones del viaje, negocio u ocio. El precio no es la base de la segmentación principal, hay que hacer una diferencia clara entre los individuales y los grupos, elementos claves para el Revenue management y las ventas.

Durán es un destino de negocios por lo que se deben analizar los siguientes factores para conocer las tendencias generales del mercado:

- Duración de la Estancia
- Días de la semana
- Ingresos totales por habitación, Ingresos totales por clientes
- Tiempo de antelación de las reservas
- Anulaciones & No Show ratio

Con los nuevos canales de distribución, es más complicado reconocer el cliente de negocio del cliente de ocio, por lo que se tiene que segmentar por defecto las reservas de una persona entre semana con estancia corta como Business y como ocio si es una reserva para 2 persones en el fin de semana.

Un ejemplo de segmentación de mercado para hoteles en la ciudad es el siguiente:

- Publico o tarifa RACK
- BAR Website - Mejor precio ofrecido la Web
- BAR Direct - Mejor precio ofrecido directamente por teléfono, email, fax
- BAR Indirecto Comisionable - Mejor precio vendido a través de agencias online comisionables
- BAR Indirecto Net - Best Available Rate vendido a través de agencias de viajes online
- Promociones
- Venta Flash; web con descuentos para miembros
- Campañas Online; publicación online de ofertas y paquetes
- Campañas Offline; paquetes y ofertas en folletos
- Eventos Especiales; paquetes y ofertas para vacaciones festivales y conciertos
- Tarifas negociadas
- Grupos
- Ocio
- Conferencias / Banquetes

- Tour operadores
- De cortesía
- Walk-In
- Overbooking (desde otro hotel)

Para realizar el análisis del Hotel, primero se conformó el departamento comercial (Marketing y Ventas), y se capacitó al jefe de Recepción para que haga el trabajo del Revenue manager.

El departamento comercial fue conformado por la asesora hotelera más una coordinadora comercial. El análisis se basó en los primeros seis meses de funcionamiento en los que se realizó la asesoría y capacitación al personal que iba a quedar de planta.
La investigación se realizó por medio de visitas semanales al hotel y a los clientes, reuniones con los propietarios y colaboradores, análisis de la demanda que llega al sector, y la implementación de estrategias para verificación de resultados y objetivos cumplidos durante el tiempo determinado.

1. Objetivos de la investigación

- Evaluar el mercado objetivo del Hotel en estudio, para poder crear un departamento de ventas que se enfoque en ofrecer los servicios del hotel al público objetivo correcto.
- Levantar información sobre los mercados corporativos, de eventos y de leisure para poder crear una base de datos de clientes para el hotel.
- Describir y sistematizar los procesos que forman parte de la implementación del departamento de ventas y marketing, para que puedan ejecutarse y quedar establecidos, demostrando sinergia entre los objetivos de los propietarios, el presupuesto elaborado y los resultados finales.
- Dar a conocer el hotel en el mercado nacional principalmente, para que sea el primer punto de referencia de hospedaje para el cantón Durán.
- Evaluar la calidad y pertinencia de los colaboradores del hotel para que el producto que se oferta vaya acorde al servicio que reciben los huéspedes.
- Levantar buenas prácticas por medio de constante capacitación al personal de ventas, y ocasionalmente al resto de los departamentos del hotel.
- Generar recomendaciones respecto a lo que aún falta por hacer, y lo que se debe seguir haciendo para el continuo crecimiento de La Ría Durán.

2. Síntesis de actividades realizadas.

- Análisis del mercado objetivo del hotel en estudio, estableciendo que en aproximadamente un 70% este es un hotel corporativo.
- El mercado Leisure tiene únicamente un 5% de pertenencia, ya que al momento no existen muchas personas que ven a Durán como un destino turístico, y aunque exista una estación del Tren Ecuador y la isla Santay cerca, los clientes que llegan a estos dos atractivos son netamente locales, o personas que están de paso en Guayaquil y desean conocerlos, pero que no planifican un viaje que incluye pernoctación para visitarlos
- Elaborar el formato de convenios corporativos, eventos y de alimentos & bebidas.
- Estudio de benchmarking para comparar y conocer los otros sitios de hospedaje, sus clientes, tarifas, servicios ofertados.
- Aplicar material de publicidad de hoteles de cadena nacional e internacional.

- Actualizar datos en las redes sociales.
- Realizar eventos pequeños para abrir el abanico de posibilidades en cuanto a lo que el hotel puede ofrecer.
- Firma de un convenio con una institución educativa para tener practicantes de las carreras de Turismo y Hotelería y que aporten sus conocimientos.
- Socializar el organigrama de la empresa para que los colaboradores sepan quienes están a cargo de la operación, y a qué departamento pertenecen, algo necesario para que se trabaje de manera organizada, y para que cada persona tenga claras sus funciones y obligaciones.
- Capacitar en servicio al cliente a los colaboradores del hotel, como una actividad adicional a la asesoría, para empoderar a los colaboradores a que entiendan la importancia del servicio en un hotel de primera.
- Crear varios paquetes para los días bajos en ocupación, así como un cuadro de tarifas corporativas, eventos y proveedores para seguir una misma línea de venta.

2.1. Síntesis de Resultados

A continuación, se pueden observar los resultados de las visitas, llamadas y acercamientos del departamento de ventas a los sectores de Durán y alrededores, los que generaron que el mercado corporativo se vaya incrementando constantemente, y sobre todo se podrá ver reflejado que aún en los primeros meses de funcionamiento, La Ría Durán ha logrado tener una excelente aceptación

Tabla 1
Porcentaje de ocupación del Hotel en estudio:

Meses	**Porcentaje de ocupación**
Mayo	43
Junio	24
Julio	40
Agosto	49
Septiembre	63
Octubre	57
Noviembre	41
Diciembre	24
Promedio	**43**

Fuente: Hotel

Después de revisar los números se puede observar que estando en su primer año de funcionamiento, el hotel tuvo un Revenue óptimo, ya que estuvo siempre cercano al 50% sobre el presupuesto, que incluía todos los posibles costos y gastos más ganancia para el hotel.
La tarifa promedio se logró posicionar USD 40.00 por habitación sencilla o doble, y con una ocupación promedio del 30%.

Cuadro 1
Indicadores Coyunturales Alojamiento – Ministerio de Turismo

	2017 August	2018 August	Variación Interanual	2018
Tasa de Ocupación Promedio	49.04%	43.44%	-5.60%	44.93%
Tarifa Promedio por habitación	34.59	55.42	60.24%	48.86
Ingresos Promedio por habitación	16.96	24.08	41.94%	21.94

Fuente: Ministerio de Turismo.

Revisando las estadísticas del Ministerio de Turismo, para los hoteles de categoría 3 estrellas entre los que se encuentra el hotel La Ría, el porcentaje de ocupación promedio estuvo en el 49.04% con una tarifa promedio de USD 34.54, confirmando que en el primer año de funcionamiento el hotel tuvo una excelente acogida.

Cuadro 2
Indicadores Coyunturales Alojamiento – Ministerio de Turismo

Fuente: Ministerio de Turismo

Cuadro 3
Tasa de ocupación y tarifa promedio por habitación

Fuente: Indicadores Coyunturales Alojamiento – Ministerio de Turismo

El último cuadro analiza el promedio de ocupación y tarifa del país por destino, y aún en este comparativo macro se puede observar que el hotel se encuentre muy cerca de la media. Sabiendo que aún el hotel tiene dos años más para hacerse conocer realmente en el mercado, y que solo ha pasado la primera fase que es la de empezar a afianzar a sus clientes más cercanos.
La realización de alianzas estratégicas con varias empresas alrededor del hotel, fueron un resultado que generó Revenue periódico, y que servirá como base para las demás empresas a captar con la gestión del departamento de ventas.

Cuadro 4
Alianzas estratégicas del Hotel en estudio:

Nombre de la empresa	Total número de noches	Tarifa promedio por nocheUSD
Base sur	12	42
alimentsa	19	37
Esdinamico	2	35
Tracto centro	2	35
Civilec	5	35
Lubrisa	3	43
Municipio de Durán	89	35
Afecor	4	43
Ian Taylor	12	43
Repalco	5	88

Eseico	1	43
Hunterdouglas	2	43
Pesdel	21	43
Cedal	13	43
Serfudi	17	46
Fyber system S.A	2	39
Leon & Godoy consultores Cia. Ltda.	26	35
Productora cartonera s.a.	267	35
G- Eventos	1	50
Nelson Narváez y Asociados Cía. Ltda.	1	50
Mte CIA S.A	7	50
Qingdao Municipal Desarrollo Espacial Group Co. Ltda.	1	50
industrias ludafa	1	50
Arriba Chocolate Company	15	43
Ameripriv Cia. Ltda.	1	50
Power place	1	35
Transpiraciones s.a.	1	50
Jarquifar Cia Ltda.	4	43
Productos lácteos González	8	43
Mare consultores	1	50
Exaprint	1	43
AR consultores	8	43
Universal Group Colombia	3	48
Pharmedic S.A.	1	43
donoso constructores	2	43
Gykormed S.A.	1	43
Iberocomestics S. A	17	48
Carvajal empaques	1	43
distribuidora duran	2	43
	1	50
	581	1,774

Fuente: Tomado de los archivos de recepción del Hotel
Procesado por. Autor. Msc Alejandra Ycaza Calderón

Gracias a la gestión del departamento comercial, se lograron convenios corporativos con 38 empresas que generaron noches y un Revenue alto para el hotel. Adicionalmente se lograron afianzar pequeños eventos entre auspicio y tarifa especial, para eventos que se generaron alrededor de Durán.
Durante este tiempo se generó el ingreso del hotel a las dos principales OTAs (Agencias de viajes virtuales) existentes, Booking y Expedia.

Tabla 1
Valores registrados por las agencias Booking y Expedia.

BOOKING		EXPEDIA	
Meses	Valores en USD	Meses	Valores en USD
Mayo	54.04		
Junio	317.02	Junio	205.25
Julio	43.99	Julio	388.30
Agosto	246.40	Agosto	562.54
Septiembre	563.63	Septiembre	218.24
Octubre	642.34	Octubre	53.35
Noviembre	1037.89	Noviembre	441.33
Total	2905.31	Total	1869.01

Fuente. Hotel

CONCLUSIONES

La investigación de mercados es uno de los principales componentes que contribuye para que un proyecto sea viable.
El objetivo del marketing hotelero es satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo un buen servicio con la calidad adecuada, con garantías y sobre todo con un precio que se pueda llegar a ajustar a la situación real del mercado

El mercado de eventos le sigue, con un aproximado a 25%, donde más que conseguir Revenue por ventas, se consigue posicionar al hotel en el sector. Para un hotel nuevo es sumamente importante lograr este posicionamiento durante los 3 primeros años según los análisis, ya que demora 5 a 6 años para lograr que realmente tome fuerza el nombre y se establezca una fidelidad en el mercado
Del buen trabajo del área de mercadeo del hotel dependerán los ingresos a obtenerse, siendo importante que el personal del área sea permanente capacitada.

Es importante analizar y realizar un seguimiento del mercado, lo mejor es segmentarlo considerando edades, genero, procedencia, aficiones. De esta manera se podrá conocer los sectores a los que se puede dirigir la oferta de productos.

Los principales clientes son aquellas personas que visitan la ciudad de Duran, por motivos de trabajo, estudio o visitar familiares.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bone, C. R., & Revelo, D. (2013). *Diseño de plan de marketing para incrementar las ventas del Hotel Real Audiencia, ubicada en el Centro Histórico de Quito.* Obtenido de Repositorio digital - Universidad Central del Ecuador: http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1570

García, N., Alvarez, B., & Santos, M. L. (29 de Septiembre de 2010). *Aplicación de la Lógica Dominante del servicio (LDS) en el sector turístico: el marketing interno como antecedente de la cultura de co-creación de innovaciones con clientes y empleados.* Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de México : http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320119003

Kotler, P., & Bowen T., J. (2015). *Fundamentos de Marketing* (8va Edición ed.). Naucalpan, Estado de México, México: PEARSON EDUCACIÓN.

Landman, P. (s.f.). *Xotels.com.* Recuperado el 28 de septiembre de 2018, de https://www.xotels.com/es/libro-revenue-management/revenue-management-definicion-fundamentos

Mendoza, J., Hernández , M., & Tabernero, C. (marzo de 2011). *Retos y oportunidades de la investigación.* Obtenido de Revista de Ciencias Sociales (RCS): http://www.redalyc.org/pdf/280/28022755010.pdf

Ministerio de Turismo. (25 de septiembre de 2018). *Indicadores Coyunturales de Alojamiento.* Obtenido de Sitio web oficial: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/indicadores-de-alojamiento

Ruizalba, J. L., Vallespín, M., & Pérez-Aranda, J. (24 de mayo de 2014). *Gestión del Conocimiento y Orientación al mercadeo interno en el Desarrollo de Ventajas Competitivas en el sector hotelero.* Obtenido de Elsevier: https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1135252314000203?token=63957B20D0647730B9FA0A824367FE321F2A203F00D401DFEEC04BD956D554E102106C5D7E7F48BEC6BD3D7CBBCF47C6

Weiermair, K. (Enero de 1997). *Calidad de servicios y su gestión en las empresas turísticas.* Obtenido de Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/312786709_Calidad_de_servicios_y_su_gestion_en_las_empresas_turisticas

Ycaza, A. (Noviembre de 2017). *Análisis de la importancia de la implementación de la herramienta de revenue management para el mejoramiento de las tarifas en los hoteles de la ciudad de guayaquil.* Obtenido de Memorias II CONGRESO CIENTÍFICO INTERNACIONAL: https://ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/congresos/MEMORIAS_CIENTIFICAS_2017.pdf

Ycaza, A., & Zurita, I. (2018). *Análisis de estrategias para el posicionamiento y crecimiento ocupacional del mercado electrónico, caso hotel Wyndham Guayaquil.* Obtenido de Memorias científicas 2018 Ecotec : https://ecotec.edu.ec/content/uploads/mcientificas2018/6turismo-hospitalidad-patrimonio/003.pdf

Zeithaml, V. (2009). *Marketing de Servicios.* Mexico: McGraw Hill. Obtenido de https://www.biblio.uade.edu.ar/client/es_ES/biblioteca/search/detailnonmodal/ent:$002f$002fSD_ILS$002f0$002fSD_ILS:318454/one?qu=L%C3%B3pez+Espinosa%2C+Irma%C2%A0+rev.+t%C3%A9c.%C2%A0&ic=true

005. ESTUDIO DE UNA PROPUESTA DE DISEÑO DE UN MANUAL PARA LA GESTIÓN DE SUMINISTROS PARA UN RESTAURANTE ANÓNIMO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2019

Autores:

Ing. Génesis Muñoz Gorotiza
Ingeniera en Administración Hotelera

Msc. Fernando Cevallos Ruales
Universidad Ecotec
fcevallos@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El proyecto de investigación presente tiene como finalidad mejorar la calidad y servicio que se le ofrece al consumidor final en un restaurante. El principal objetivo es diseñar un manual de gestión de suministros para el lugar de restauración que sirva al dueño de la empresa a mejorar los procesos claves de logística, su gestión y stock de inventarios, tener una buena organización con respecto a sus compras y sobre todo tener proveedores que tengan el compromiso que se ajuste a la política de la empresa.

El restaurante anónimo ubicado en la ciudad de Guayaquil presenta dificultades de stock y abastecimiento de productos, esto es debido a la falta de un diseño de procesos y pasos a seguir en el restaurante. Con este fin, la pregunta de investigación es la siguiente: ¿Cuál es la propuesta de diseño de un manual de gestión de suministro? La pregunta de investigación se responde a través de técnicas para mejorar los costos de inventarios, el tiempo de duración del producto y los principales factores que afectan el nivel óptimo de la disponibilidad del producto.

Palabras claves: cadena de suministros, inventarios, gestión, procesos, proveedores, restaurantes, logística.

ABSTRACT

The present research project aims to improve the quality and service that is offered to the final consumer in a restaurant. The main objective is to design a manual of supply management for the place of restoration that serves the owner of the company to improve the key logistics processes, their management and stock of inventories, have a good organization with respect to their purchases and above all have suppliers that have the commitment that fits the company's policy. The anonymous restaurant located in the city of Guayaquil presents stock difficulties and supply of products, this is due to the lack of a process design and steps to follow in the restaurant. To this end, the research question is as follows: What is the proposed design of a supply management manual? The research question is answered through techniques to improve the costs of inventories, the duration of the product and the main factors that affect the optimal level of product availability.

Keywords: supply chain, inventories, management, processes, suppliers, restaurants, logistics.

ANTECEDENTES

El restaurante anónimo cuenta con 2 años en el mercado de la gastronomía ecuatoriana, siendo un tipo de restaurante de comida sana y saludable. El lugar en investigación tiene una capacidad de cincuenta personas, cuenta con ocho mesas y veintidós sillas en la parte exterior de la Plaza Guayarte y la parte interior del lugar cuentan con dos mesas y seis sillas, también se ubica la cocina con el chef y dos ayudantes.

El horario del lugar es de 12h00 a 23h00 de lunes a jueves y los viernes a sábado hasta las 24h00, también abren feriados y domingos.

La situación actual de la gestión del proceso de compras lo maneja directamente la administradora, dicha información la obtiene con los resultados que le informe el jefe de cocina de cuanta materia prima necesitan a la semana. Alrededor de dos pedidos a la semana realizan a sus proveedores para poder obtener alimentos frescos ya que el lugar brinda alimentos de fácil manipulación como vegetales y frutas. Es por esto que no cuentan con una organización dentro de sus procesos, se debe a un descuido por el dueño de la empresa.

El restaurante anónimo cuenta dos bodegas donde almacenan los insumos y demás materiales que requieren para la preparación de los platos. La bodega principal está ubicada en Urdenor 1, aquí además de tener las oficinas administrativas se almacenan todos los pedidos que se hacen al proveedor autorizado. En cambio, en la bodega del restaurante solo se acopia los insumos que van a hacer usados en un periodo no máximo de tres días.

Con respecto a la bodega principal, el restaurante anónimo garantiza una buena conservación de alimentos, debido a que cuentan con buenas condiciones ambientales como una buena ventilación e iluminación. Cada vez que se receptan los productos, los organizan por tipo de alimentos en sus respectivas perchas. El restaurante anónimo en su almacenamiento utiliza el sistema fifo muy básico de forma manual indicando fecha de entrada y fecha salida de todos los productos para garantizar un orden adecuado y no tener productos caducados.

El restaurante en investigación requiere fortalecer y diseñar un nuevo manual de suministros para que se pueda tener un mayor control en todos los procesos en el área de la cocina.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ante los grandes inconvenientes que tienen algunos restaurantes debido a que no están llevando un control de los alimentos que entran y salen en la cocina, en muchas ocasiones no existe una planificación semanal de las compras o una gestión de inventarios, sino que se hacen al azar. Para llegar a una situación óptima se necesita que el dueño del restaurante esté de acuerdo con los parámetros que habrá cuando se implemente el sistema de gestión de suministros. Es por esto por lo que surge la necesidad de implementar un manual de procesos de operaciones adaptado al restaurante.

Los errores comunes que cometen al momento de abastecer el restaurante es que los jefes de cada área no cumplen con hacer los pedidos a tiempo, por lo general tienen que hacer su inventario semanal y a diario para pedir al proveedor lo que realmente se necesita, cuando no se cumple se pide más y esto ocasiona que se dañen los productos y existan las mermas, de igual manera cuando piden menos se tienen que comprar los productos a los alrededores con costos elevados debido a que no va a tener mismo precio como cuando se compra al por mayor.

La cadena de gestión de suministros se cumple cuando se llevan todos los procesos, de esta manera se evitan gastos en compras excesivas, lo que no se mide no se puede mejorar. Es por esto por lo que se debe de observar cuanto es lo que se gasta a diario y en cada semana.

- Hacer inventario constantemente diario para verificar el consumo.
- Antes de hacer una orden de compra, verificar el inventario
- A ver el pedido que se necesita de acuerdo con los platos que tenemos en menú y un 10% adicional para tener en stock.
- Buscar proveedores que nos entreguen calidad/ precio, que tengas formalidad
- Frecuencia de compra: perecibles y no perecibles
- Revisar fecha de empaque del producto para que este en excelente calidad
- Utilizar recetas establecidas para comprar los productos necesarios

El restaurante anónimo se ha detectado que gasta demasiado en consumo de insumos debido a que no se lleva un control diario de lo que ingresa y sale en la cocina, causando un alto gasto en presupuesto. Otro inconveniente es la falta de compromiso de los proveedores causando que no se presenten todos los platos específicos en el menú y queden rezagados muchos de ellos.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Diseñar un sistema de gestión de suministros que organice y planifique la estructura de la administración de los inventarios para un restaurante de la ciudad de Guayaquil en el año 2019, el cual pueda poner en práctica de manera eficaz y a su vez reducir sus costos.

Objetivos específicos

1. Determinar la situación actual del sistema de compras del restaurante en investigación, así como de los proveedores con los que trabaja el restaurante.
2. Establecer el nivel de satisfacción que tienen los clientes sobre la calidad de servicios y productos que ofrece el Restaurante Anónimo.
3. Elaborar un manual de sistema de gestión de suministro para que se aplique en el establecimiento.

MARCO TEÓRICO

1.5 Diseño de sistema de gestión de suministros

1.6 Definición de diseño

La palabra diseño etimológicamente deriva del término italiano “disegno” dibujo, designio, signare, signado «lo por venir», el porvenir visión representada gráficamente del futuro, lo hecho es la obra, lo por hacer es el proyecto, el acto de diseñar como prefiguración es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas. Plasmar el pensamiento de la solución o las alternativas mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación. El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe o se modifica algo existente. El verbo "diseñar" se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano.

El sustantivo "diseño" se refiere al plan final o proposición determinada fruto del proceso de diseñar: dibujo, proyecto, diseño industrial o descripción técnica, maqueta al resultado de poner ese plan final en práctica. (Mena, 2017)

Tomás Maldonado señalaba que “el diseño industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las prioridades formales de los objetos producidos industrialmente”. La forma tiene por misión, no sólo alcanzar un alto nivel estético, sino hacer evidentes determinadas significaciones y resolver problemas de carácter práctico relativos a la fabricación y el uso. Diseño es un proceso de adecuación formal, a veces no consciente, de los objetos.

Según Joseph Edward Shigley y Charles R. Mishke, en su obra Diseño en ingeniería mecánica (Mechanical Engineering Design), publicada en 1989, "diseño es formular un plan para satisfacer una necesidad humana". (Edward, 1989)

Definición de suministros

La definición de suministros está vinculada con la acción de suministrar, de proveer a alguien de algo que necesita. En términos económicos se utiliza el concepto de suministros como sinónimo de abastecimiento. Consiste en una actividad que se desarrolla con el propósito de satisfacer las necesidades de consumo de una estructura económica, ya sea empresa, familia, etc. Dicho suministro debe efectuarse en tiempo y forma. Existen industrias y empresas que se ocupan de suministrar una serie de artículos y servicios.

El concepto de suministro no sólo afecta a los alimentos, aunque sean los más demandados y necesitados por parte de los usuarios, ya que existe una amplia variedad de productos de uso concreto en un sector o de demanda general que también se suministran a los distintos espacios habilitados para que puedan llegar al consumidor final. (Anónimo, s.f)

Cadena de suministros

La **cadena de suministro** es el nombre que se le otorga a todos los pasos involucrados en la preparación y distribución de un **elemento** para su venta, es decir, es el proceso que se encarga de la planificación o coordinación de las tareas a cumplir, para poder realizar la búsqueda, obtención y transformación de distintos elementos, de esta forma poder comercializar un producto para que el mismo sea de fácil acceso al público.

Cuando se dice que abarca a todos los procesos son los involucrados directa e indirectamente, la cadena de suministro está constituida básicamente por los proveedores (que pueden estar clasificados en tres niveles), los almacenes, la línea que se está produciendo, los distintos canales por los cuales transita, la venta para los mayoristas, la venta hacia los minoritas y así hasta que el producto llegue a las manos del cliente final. (Anónimo, 2015)
Según Antonio Iglesias, la gestión de la cadena de suministros (SCM – Supply Chain Management), por su parte está definida como “la coordinación sistemática y estratégica de las funciones de negocio tradicional y las tácticas utilizadas a través de esas funciones de negocio, al interior de una empresa y entre las diferentes empresas de una cadena de suministro, con el fin de mejorar el desempeño en el largo plazo tanto de las empresas individualmente como de toda la cadena de suministro.” (Iglesias, 1997)

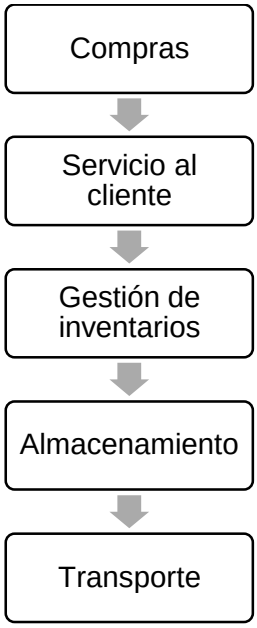
Importancia de la cadena de suministro

Según Katherine Acosta, la gestión de la cadena de suministros está surgiendo como la combinación de la tecnología y las mejores prácticas de negocios en todo el mundo. Las compañías que han mejorado sus operaciones internas ahora están trabajando para lograr mayores ahorros y beneficios al mejorar los procesos y los intercambios de información que

ocurren entre los asociados de negocios, también engloba aquellas actividades asociadas con el movimiento de bienes desde el suministro de materias primas hasta el consumidor final. Esto incluye la selección, compra, programación de producción, procesamiento de órdenes, control de inventarios, transportación almacenamiento y servicio al cliente. Pero, lo más importante es que también incluye los sistemas de información requeridos para monitorear todas estas actividades. (Acosta, 2012)

Según (Lambert, 1998) la administración de la cadena de suministro (SCM, por sus siglas en inglés), se introdujo originalmente por consultores a principio de los ochentas y subsecuentemente ha ganado mucha atención (LaLonde, 1998). Desde los inicios de los noventas, los académicos han intentado estructurarla (Stevens, 1989) por lo cual han realizado una amplia revisión retrospectiva de la literatura e investigación sobre ella. Tales investigaciones han dado paso a diversas escuelas de pensamiento. Sus mayores contribuciones y suposiciones se basan en los principios de la cadena que desafían el futuro.

Gráfico 1 Proceso de la logística – Elaboración por autor



Fuente: Gestión de cadena de suministros

La asignación de inventarios (entrada) a los puntos de almacenamiento contra la salida (pulling) hacia los puntos de almacenamiento mediante reglas de reabastecimiento de inventario, representan dos estrategias. La ubicación selectiva de distintos artículos en la línea de producción en los almacenes de planta, regionales o de campo, o la administración de los niveles de inventario mediante el uso de distintos métodos de control de inventario perpetuo, son otras estrategias. La política particular utilizada por la empresa afectará la decisión de ubicación de instalaciones, y por tanto esta política deberá ser considerada en la estrategia de logística. (Ballou, 2004)

La compra de los productos alimenticios

El proceso de compra de los alimentos en un restaurante lleva a cabo el control y stock de abastecimiento de los productos que se ofrezcan, llevar un orden sea escrito o sistematizado servirá de gran ayuda para saber exactamente cuánto se necesita para cada receta que se vea en el menú. Es necesario realizar a diario una revisión de cuantos son los gastos por alimentos, revisar si los proveedores que se cuentan tienen el compromiso para proporcionar un producto de alta calidad. En muchas ocasiones los restaurantes pequeños y nuevos no cuentan con sistema informático, pero de igual manera lo podría implementar haciendo reportes de stock de productos con máximos y mínimos correspondientes para así evitar mermas y desperdicios.

Con respecto a los proveedores se debe de tener mínimo tres para tener una buena comparación de precios debido a que si se compra en volumen se tendría un mejor precio, pero sin caer en saturar el stock de alimentos.

Ingeniería de menú

Como parte del marketing gastronómico se encuentra la ingeniería de menú que fortalecen los indicadores de control y gestión en un restaurante. Esta herramienta les enseña a las cabezas de la empresa a cómo mejorar su productividad y rendimientos con cada plato, cual

fue el plato más vendido en el día y de forma mensual, a su vez cual fue el menos solicitado por el cliente y sobre todo como se puede destacar el menú.

Según Connega (Consultores Especializados en Ingeniería del Menú en México) El objeto de la ingeniería de menú es aplicar los conocimientos técnicos de disciplinas como el marketing, la microeconomía, la nutrición, los procesos industriales, las técnicas culinarias para maximizar la rentabilidad del menú de la empresa Intentando conciliar los objetivos económicos de la empresa (maximizar el beneficio) con los objetivos del cliente, también afirma que "*Se comienza repasando y ejercitando conceptos claves, tales como ganancia bruta, costos y porcentajes, para luego definir explícitamente los parámetros de rentabilidad y popularidad del método y las categorías que el mismo propone. La INGENIERÍA DE MENÚ evalúa -en términos de marketing- las preferencias de los clientes y el margen de ganancia que los platos generan cada vez que se* venden. Una vez que se detallan las ventajas de utilizar la INGENIERÍA DE MENÚ, se establecen soluciones precisas y mejoras para cada categoría de plato".

Higiene y Manipulación de alimentos

La manipulación de alimentos es esencial tanto en un lugar de venta de comidas como en la forma que se prepara en casa. La contaminación por utilizar malos hábitos en la cocina como toser, tocar dinero, peinarse, fumar y hablar directamente sobre los alimentos acarrean enfermedades a los comensales creando una mala reputación en el restaurante por no estar pendiente con este proceso de higiene.

Con respecto a las normal impuestas por la Consejería de Salud el 29 de abril en el 2004, en el reglamento (CE) nº 852/2004 que se refiere a la higiene de los productos alimenticios, entre las obligaciones de las empresas alimentarias se incluye la de garantizar «la supervisión y la instrucción o formación de los manipuladores de productos alimenticios en cuestiones de higiene alimentaria.

La contaminación de alimentación se clasifica de la siguiente manera: física, química y biológica.

Mermas y desperdicios

La merma en los alimentos significa la reducción de esta en su totalidad. En cambio, los desperdicios es el malgastar los recursos que se tiene en la cocina.

Los lugares de restauración desperdician miles de toneladas al año, por lo tanto, esto ocasiona perdida de dinero en el restaurante. Las mermas y desperdicios se pueden prevenir en un lugar de comida debido a que el sobrante se lo puede utilizar en otras recetas, pero cuando no se llega al proceso botan en pequeñas cantidades que pueden ser reutilizadas.

Clasificación de las tablas de picar

La tabla de picar es un utensilio indispensable para cortar y picar los alimentos de una forma homogénea. Para tener una buena manipulación con los alimentos y así evitar la contaminación, se sugiere que cada tipo de producto tenga su respectiva tabla de picar. La principal finalidad de emplear los utensilios en mención según su clasificación es para disminuir la contaminación cruzada.

Según su clasificación por colores es la siguiente:

- Tabla de corte blanca: Pastas, quesos, pan, bollería.
- Tabla de corte verde: Frutas y verduras.
- Tabla de corte amarilla: Carnes blancas
- Tabla de corte azul: Pescados y mariscos.
- Tabla de corte roja: Carnes rojas
- Tabla de corte marrón: Carnes cocinadas y fiambres.

Se recomienda tener en la cocina mínimo dos tablas de corte debido que se utilizan para los alimentos y crudos y cocidos, teniendo una estricta **higiene.**

UNIVERSO Y MUESTRA

La muestra de la población en la que se realizará las encuestas es en base a la fórmula de población finita con el fin de conocer la cantidad de personas que se deben encuestar para tener resultados reales.
El universo de clientes se tomó en cuenta entre las personas que consumen en el restaurante anónimo día a día. El resultado fue un promedio de 57 personas que han visitado el restaurante

La encuesta dirigida a los comensales del restaurante tiene como finalidad saber la calidad del producto que se ofrece en el menú y el tipo de servicio que brindan.

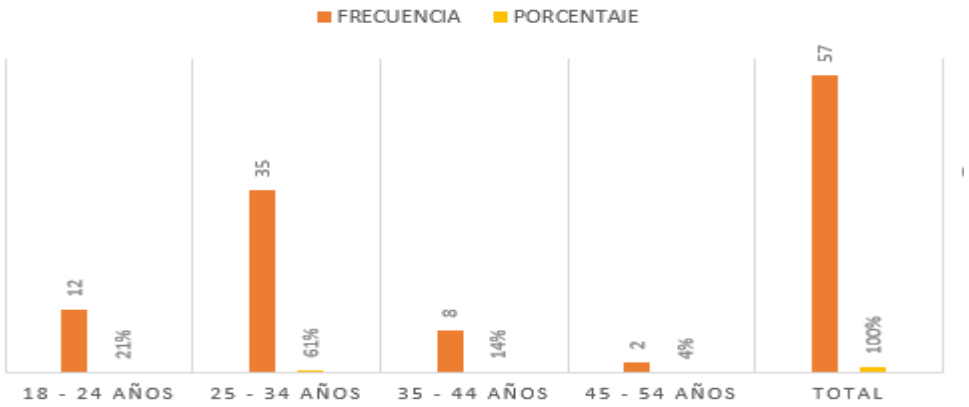
1. **Indique su rango de edad**

Tabla 1 . Rango de edad del encuestado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 - 24 AÑOS	12	21%
25 - 34 AÑOS	35	61%
35 - 44 AÑOS	8	14%
45 - 54 AÑOS	2	4%
TOTAL	**57**	**100%**

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 2. Pregunta para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente: Trabajo de campo 2019 Elaborado por: Autor

El resultado de la pregunta N° 1 indica que en relación con la edad de las personas que más concurren al local en la actualidad es del 61% (35) que corresponden de 25 a 34 años, un 21% (12) de 18 a 24 años, el 14% (8) de 35 a 44 años y sólo un 4% (2) corresponde de 45 a 54 años que concurren al local.

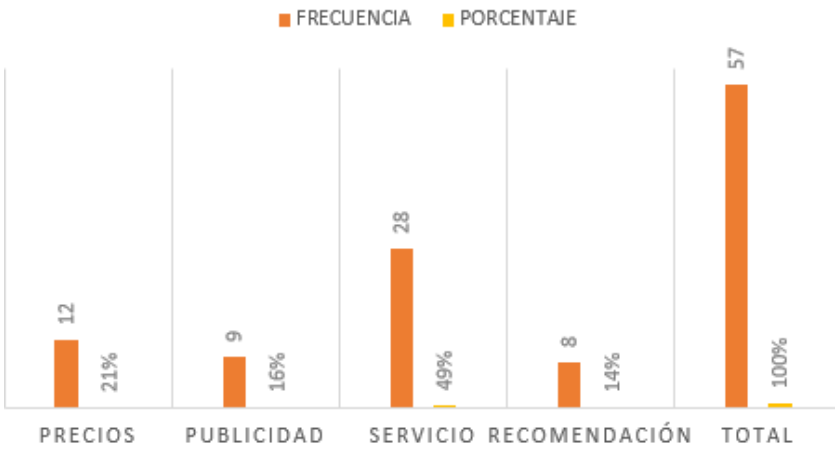
2. **¿Cuál fue la razón por la que escogió al "Restaurante Anónimo" en comparación a los demás establecimientos de comida sana?**

Tabla 2. Diferenciación del restaurante

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIOS	12	21%
PUBLICIDAD	9	16%
SERVICIO	28	49%
RECOMENDACIÓN	8	14%
TOTAL	**57**	**100%**

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico3. Pregunta para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente: Trabajo de campo 2019 Elaborado por: Autor

El 49% (28) de los encuestados prefieren ir al restaurante anónimo por su alto nivel de servicio, 21% (12) precios, 16% publicidad (9) y un 14% (8) van al establecimiento por recomendación.
Se concluye que acuden al establecimiento por el servicio que presta el local.

3. **Con respecto al menú, ¿Considera que los alimentos estuvieron frescos?**

Tabla 4. Alimentos frescos para los encuestados

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	55	96%
NO	2	4%
TOTAL	**57**	**100%**

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 4. Pregunta para clientes. Elaborado por: Autor

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Con respecto a un 96% (55) están de acuerdo que los alimentos se encuentran frescos pero un 4% (2) no están de acuerdo.
Se concluye que el restaurante en investigación tiene una buena reputación a relación a los platos que ofrecen debido a los productos frescos que ofrecen.

FOCUS GROUP

Objetivo: Conocer las falencias del proceso interno dentro de la cadena de abastecimiento del restaurante en investigación. Por esta razón se reunió a los trabajadores del local para averiguar del tema.

El focus Group se realizó a los trabajadores del restaurante anónimo, las preguntas que se le realizaron a los 12 trabajadores con edades entre 24 y 37 años en una sesión de 20 minutos.

Definición de preguntas

- ¿Con qué recurrencia se abastece la bodega?
- ¿Con cuántos platos cuentan en el menú?
- ¿Cuánto es el tiempo de espera que tiene el cliente entre el pedido y la comida?
- ¿Se revisa y cotiza el precio de los insumos antes de realizar una compra?
- ¿Cuál es el procedimiento cuando existe escasez de producto?

Informe focus Group

El resultado del focus Group en el restaurante anónimo se puede concluir que: el abastecimiento de la bodega se suele saturar por la falta de planificación y esto incurre a compras innecesarias.

Con respecto a la carta que ofrece el restaurante 14 platos entre ensaladas, wraps y entradas. En cuanto a las bebidas ofrecen 8 tipos de jugos naturales e infusiones frías y gaseosas.

El tiempo de espera depende de la cantidad de pedidos debido a que suelen existir momentos de saturación por la alta demanda sobre todo desde los fines de semana y feriados.

En consideración al proceso de compra se revisa, pero mas no se sigue el debido procedimiento cuando hay desabastecimiento de un producto determinado.
Cuando existe una escasez de producto, los jefes de cocina no se oferta el plato en el menú causando molestias a los clientes.

Con este Focus Group se obtiene un análisis de que los trabajadores necesitan adaptarse a nuevos procedimientos para una correcta logística en el restaurante.

CONCLUSIONES

Como conclusiones en la realización del trabajo de investigación se puede dar a conocer lo siguiente:

- En la actualidad el restaurante anónimo en investigación no cuenta con suficientes procesos para realizar una compra y tener un abastecimiento.
- Un manual de suministros es indispensable que exista en la cocina para poder reconocer las falencias del restaurante.
- Según la encuesta realizada a los comensales en promedio piensan que tienen un muy buen servicio al cliente, pero una minoría también considera que deberían incorporar más platos al menú.
- Los conocimientos de la cadena de suministros son necesarios en todo restaurante de manera que sepa la importancia del trabajo que tienen que realizar.
- Es imprescindible tener cocimientos de las normas de higiene en la cocina debido a la manipulación y contaminación cruzada de alimentos.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, K. (27 de marzo de 2012). *EOI*. Obtenido de La ventaja de la cadena de suministro para la ventaja competitiva.

ADMIN. (25 de 03 de 2019). *ESCUELA DE ALTA LOGISTICA*. Obtenido de http://www.esalog.com.pe/index.php/2019/03/25/fases-de-decision-en-una-cadena-de-suministro/

Anónimo. (17 de octubre de 2015). *Concepto de - Definición de*. Obtenido de Cadena de Suministro - Qué es y Definición 2019: https://conceptodefinicion.de/cadena-de-suministro/

Anónimo. (s.f). *Economía Simple.* Obtenido de https://www.economiasimple.net/glosario/suministros

Ballou, R. H. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro.* Mexico: Pearson.

Diseño. (2019). Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o

Edward, J. (1989).

ESALOG. (27 de marzo de 2019). Obtenido de http://www.esalog.com.pe/index.php/2019/03/25/fases-de-decision-en-una-cadena-de-suministro

ESPAE. (s.f.). Obtenido de Logística: https://es.espae.a.org/wiki/Log%C3%ADstica

Excelencias Gourmet. (s.f.). Obtenido de Los inventarios en un restaurante: https://www.excelenciasgourmet.com/es/noticia/los-inventarios-en-un-restaurante?page=0

Excelencias Gourmet. (s.f.). Obtenido de Los inventarios en un restaurante: https://www.microtech.es/blog/riesgos-y-desventajas-de-no-tener-los-stocks-actualizados

Franco, D. (1985).

Iglesias, A. (1997).

Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing.*

LaLonde. (1998). Obtenido de http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22513/Capitulo2.pdf

Lambert. (1998). Obtenido de http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22513/Capitulo2.pdf

Mena, L. (30 de 09 de 2017). *LolaSanIsisdoro*. Obtenido de http://lolasanisidoro.blogspot.com/2017/09/modalidades-y-funcion-del-diseno.html

Pérez. (2012). Obtenido de http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/8069/TD%20K%C3%A1terin%20Denia%20D%C3%ADaz%20delgado%20%2825-05-2016%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Portal, E. (28 de octubre de 2011). *GestioPolis*. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/gestion-de-compras-almacen-y-stock-para-restaurantes/

Stevens. (1989). Obtenido de http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22513/Capitulo2.pdf

.

006. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS APLICADAS EN EL CANTÓN NOBOL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS LOCALES.

ANALYSIS OF THE MANAGEMENT OF TOURISM POLICIES APPLIED IN THE NOBOL CANTON AND ITS INCIDENCE IN THE DEVELOPMENT OF LOCAL TOURIST ENTREPRENEURSES.

Autor:

Lic.
Alexandra Fuentes Torres
Universidad de Guayaquil

La presente investigación se centra en esa capacidad que posee la actividad turística de potenciar el desarrollo de los emprendedores partiendo de las certeras decisiones que toman los entes reguladores, los gestores y los gobiernos.
Se analiza el estado actual de la actividad emprendedora en el cantón Nobol de la provincia Guayas en Ecuador, así como el nivel de eficacia de gestión de las políticas públicas turísticas ejercidas por el gobierno cantonal y que, sin duda, tienen una marcada influencia en el grado de desarrollo de los emprendimientos turísticos que concurren en dicha localidad. Para ello se ha contado con la valiosa colaboración de directivos, gestores, expertos y especialistas del sector turístico cantonal, así como con las percepciones y opiniones de los propios emprendedores del cantón.

Se ha demostrado que en la actualidad el cantón no posee condiciones económicas, políticas y sociales idóneas para desarrollar adecuadamente los emprendimientos turísticos, sin embargo, los entes reguladores de la actividad turística sí están conscientes de que urge tomar adecuadas acciones de políticas públicas dirigidas al fomento del emprendimiento redundando en beneficios económicos y sociales notables.

Palabras clave: Emprendimientos, localidad, gestión pública, políticas.

Keywords: Entrepreneurships, locality, public management, policies

1. INTRODUCCIÓN

El crecimiento de los emprendimientos turísticos de un territorio no siempre va acorde a lo que se ha planteado en las políticas a aplicar en dicho territorio, los emprendimientos no son solo un negocio que puede verse físicamente ubicado en un sitio con un número de consumidores, en el caso de los emprendimientos turísticos menos se puede aplicar esta apreciación debido a la dinámica con la que se desarrolla la actividad. Teniendo de este modo que aceptar que las condiciones de la existencia y subsistencia de los emprendimientos conlleva elementos del tipo socio cultural, ya que aquellas sociedades que conocen y valor de las actitudes emprendedoras de sus pobladores sabe que son capaces de asumir riesgos, cuentan con actitudes de liderazgo y además creatividad, por ende son sociedades con un alto número de emprendimientos, lo que es muy deseable incluso mucho mejor visto que el tener un empleo fijo en relación de dependencia.

Perú, el cuarto país con la TEA (Tasa de actividad emprendedora) más alta de la región según el informe 2016 del GEM, donde prevalecieron las actividades relacionadas al comercio en menor escala, servicios de alojamiento, y de alimentos y bebidas, cifra que cayó un 1% según los datos arrojados por el mismo organismo en el 2017, donde se expone también que causa básica de este descenso radica en una falta de políticas públicas y estrategias de apoyo al emprendimiento temprano, es decir a emprendimientos que tienen poco tiempo de haberse iniciado. (Martinez, 2017).

A diferencia del caso de Perú, la población de Chile ha elevado las consideraciones acerca de los emprendimientos, subiendo de un 66% en el 2016 las personas que creían que tener un emprendimiento es deseable a un 74% en el 2017. El mismo ministro de Economía, Fomento y Turismo ha expresado públicamente lo relevante que son los emprendimientos en una óptica actual de la situación nacional y las políticas gubernamentales para favorecer el desarrollo del ecosistema emprendedor de la nación.

Colombia por su lado ha incrementado el número de emprendimientos turísticos con cifras sin precedente, subiendo de 14.000 sitios de prestación de servicios en el 2013 a 27.000 en el 2018, así lo expone el Registro Nacional de Turismo, lo que evidencia el aumento de los emprendimientos a nivel nacional, en su mayoría según el mismo registro son de alimentos y bebidas, paseos que fomentan el ecoturismo y la cultura, y los gastronómicos. (MORENO TINJACÁ, 2018).

El proceso de gestión para conseguir poner en marcha y sostener los emprendimientos son tema básico de análisis, este proceso de gestión naturalmente se origina en las políticas públicas de los territorios, y más aún el tratamiento que se da para la aplicación de estas y la correspondiente obtención de los objetivos para los que las políticas fueron creadas y la justificación de existencia de partidas presupuestarias de personal a cargo de hacer cumplir esas políticas.
Actualmente en cantón Nobol de la provincia del Guayas, existe un importante número de personas que subsisten gracias a la demanda de turistas y a la necesidad de estos de tener una oferta de servicios, lo que produce la sostenibilidad de los emprendimientos, sabiendo que estos requieren regulaciones de tipo legal y de operación.

El proceso de regulación y gestión de la actividad de los emprendimientos de turismo también requiere un sistema de evaluación, cuyas mediciones se deben hacer en función de indicadores que nacen a partir de lo que dicen las atribuciones otorgadas en el proceso de descentralización de las competencias de Turismo, arrogadas a los GADs (Gobiernos Autónomos Centralizados).

El marco del desarrollo del turismo y alivio de la pobreza.

En una perspectiva de futuro con respecto a las potencialidades del turismo en cuanto al alivio de la pobreza, habría que prestar especial atención a una serie de factores clave, que determinan el marco en que la actividad turística se produce y sus consecuencias sobre los destinos:

- Las políticas de gestión turística que tienden a concentrar los ingresos del turismo, que son, posteriormente, transferidos a potentes centros exportadores que suministran al destino turístico. Mientras éste sufre los mayores impactos sociales, culturales y medioambientales, recibe a cambio la parte menor del total de los ingresos.
- La naturaleza de las relaciones entre la actividad turística y el destino, que tienen generalmente un carácter extractivo, deben pasar a ser contempladas en el espacio de la sostenibilidad, de manera que la actividad turística se perpetúe con el enriquecimiento social y cultural del destino.
- Cualquier actividad turística es susceptible de convertirse en motor de desarrollo socioeconómico y de alivio de la pobreza. Tan importante es crear nuevas oportunidades, como integrar, en la realidad turística global existente, nuevas políticas que faciliten el alivio de la pobreza.

Tal como lo señaló la OMT (1994), el objetivo de la planificación y gestión de turismo debe determinar cuáles serán las metas y las metas para que la actividad turística no impacte exclusivamente a quienes ejerzan trabajos directamente relacionados con el turismo, sino que estas políticas engloben sectores de toda naturaleza, bien sean sectores sociales, culturales, económicos, ambientales, y otros, siempre y cuando estos beneficien y promuevan relaciones y sinergias en el ámbito público y privado y que además también se genere una medición continua de cómo se está desempeñando la gestión del turismo desde lo público.

En el 2004, Francisco Alburquerque habló de una propuesta para el desarrollo local basada en teoría de la competitividad sistémica, que al igual trabajos anteriores de autores varios, no precisa indicadores específicos en cuestión de política para el desarrollo, pero ratifica el nivel de importancia de estas para la existencia de un entorno competitivo del territorio que promueva la existencia de redes empresariales en todas sus formas. Considera que los ejes de estas son capacitación en Gestión técnica y administrativa, innovación, comercialización, cooperación, y creación de nuevas empresas. También indica que debe haber políticas que aseguren el beneficio de oportunidad de crédito y actualizaciones o capacitaciones para micro y pequeñas empresas, incluso para el sector informal.

A criterio de Oyarzún & Szmulewics (1999), la gestión de la administración pública en general es concluyente para llevar a cabo el desarrollo turístico de un destino, por lo que las medidas que se apliquen deben considerar estrategias de financiamiento y comercialización que coadyuven a la dinámica de los productos y servicios ofertados, también alucen que existe

en términos generales muros para concretar la cooperación, fallo de confianza, problemas entre el sistema privado y entre el sistema público y entre ambos sistemas, falta de lineamientos ordenadores que promuevan y exijan cumplimiento de la función pública, por lo que los autores sugieren una evaluación iterativa del quehacer de la gestión turística local, y como método apropiado propone llevar a cabo comparación entre lo que se dice de las competencias del turismo en papeles y lo que es real en la planificación de la actividad turística local, tal como se realizó en el archipiélago de Chiloé al sur de Chile.

El emprendimiento.

En cuanto al significado de la palabra emprendimiento, este proviene del francés "entreprenuer" que significa "pionero", es una derivación del latín "prendere" que se puede traducir como "intentar" (Orrego, 2008).

En cuanto a la clasificación de los emprendimientos existen diferentes clasificaciones la principal menciona que hay los emprendimientos de énfasis comercial y los de énfasis social, por otro lado (Bosma & Sternberg, 2011) proponen que no debe hacerse diferenciaciones, a la par Zahra Gedajlovic, Neubaum y Shulman (2009), Nicolás y Rubio (2012) y Lepoutre, Justo, Terjesen y Bosma (2011), consideran que existen tres tipos de emprendimientos, en un primer grupo entran aquellas organizaciones de misión social y sin fines de lucro, en un segundo lugar entran aquellas denominadas hibridas, que no es sino las que trabajan con un propósito social y a la vez en función de un mercado, en un tercer grupo se encuentran los micro emprendimientos que son de exclusivo propósito de lucro, aquí cabe destacar que se desenvuelven personas que han trabajado en esa área de tal manera que pueden iniciar una actividad empresarial propia. Esta es una clasificación de explicita similitud a la establecida por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor).
En un análisis realizado por el CNC (Consejo Nacional de Competitividad) que analiza el IGE (Índice Global de Emprendimiento) se puede observar que países tienen un alto índice de emprendimiento, el resultado muestra que la mayor parte pertenecen a economías europeas, y de origen asiáticos específicamente ubica a 2 países Singapur y Taiwán, y encabezó el listado durante 2 años consecutivos Estados Unidos.

A nivel de la región latinoamericana los resultados ubican a Chile como el país con el índice de emprendimiento más alto, en segundo lugar, Puerto Rico, seguido de Colombia, y a Nicaragua como el país con el índice más bajo, Ecuador ocupa la posición número 13 de 24 países a nivel regional. (Consejo Nacional de Competitividad, 2017). Un dato relevante es el que aporta el GEM sobre la situación del emprendimiento en Ecuador es que al 2016 se el porcentaje de TEA (Actividad Emprendedora Temprana) sigue siendo alto, a pesar de que disminuyó en casi un 3% en relación al reporte del GEM del 2015.

Entre otras caracterizaciones sobre el emprendimiento en Ecuador el GEM extrajo datos de las variables sexo, edad promedio de los emprendedores, años de escolaridad, ocupación, área (rural o urbana), y porcentaje de ingresos.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el análisis con mayor acreditación y de mayor extensión que se realiza en el mundo, este trabajo de investigación se viene realizando desde el año 1999 y se ha aplicado a más de 100 países, el objetivo del GEM es evaluar los niveles de emprendimiento de los países y establecer relaciones de los resultados con el desarrollo

económico local. Por la importancia y relevancia de los informes del GEM se constituyen en una fuente de datos para las organizaciones que están relacionadas con los procesos que intervienen en el desarrollo de emprendimiento. Los resultados del GEM año a año muestran los factores de índole institucional, cultural, de normativas, y políticas públicas y como están estos aportando a los emprendimientos.

También al decir de Álvarez et al. (2008), las estructuras políticas y las acciones que estas tomen, deben tener en cuenta tanto al sector privado (emprendedores) como a la sociedad civil en general.

Entre los factores que considera el GEM para describir la situación de los emprendimientos y de los emprendedores está la de las políticas públicas y como estas influyen en la creación de nuevos emprendimientos, los resultados de este indicador muestran claramente como las políticas se convierten en un obstáculo para el desarrollo de los emprendimientos, el informe menciona lo siguiente: *"El marco jurídico en general impone barreras para la creación de empresas, la rigidez de las normas laborales, el costo de disolver una empresa, los continuos cambios tributarios y la incertidumbre que generan, el actual régimen de propiedad intelectual que afectaría principalmente a la innovación, entre otras."* (GEM GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2016)***.***

Literalmente el análisis expresa que los escenarios de Soporte financiero, Políticas de gobierno, Educación y adiestramiento, Trama política, asociativa y social, y el panorama económico representan en un 76% los obstáculos para el emprendimiento en el Ecuador, en resumen el GEM Ecuador 2017 observa que los componentes elementales que promueven el emprendimiento y a la vez lo obstaculizan son la Capacidad para emprender, Financiamiento, y Políticas de gobierno, por lo que estos deben ser los factores propulsores del desarrollo.

Aún bajo condiciones no tan óptimas, la población ecuatoriana sigue teniendo iniciativas de emprendimiento, las razones básicamente son por no contar con un empleo formal, por necesidad de cubrir gastos mayores a lo que perciben de los empleos con los que se cuente, y otros, el GEM aporta otro dato sobre la variación de las formas y evolución de los emprendimientos en Ecuador y es que no existe una variación significativa, ya que los emprendimientos que se inicia y los ya existentes en su mayoría se orientan a sector de consumo, es decir que tienen y aportan un valor agregado bajo y las posibilidades de generar nuevos empleos así como dar soluciones es mínima. Y aunque a través de estos negocios las familias puedan cubrir ciertas necesidades básicas el aporte a la economía en términos generales no muestra mayor progreso, una de las causas que determino en GEM es el bajo nivel de innovación y por ende de competitividad con el que se desarrollan los emprendimientos.

Otro factor importante a la hora de promover las iniciativas emprendedoras es el capital semilla, se ha dicho que quienes incursionas en nuevos emprendimientos no siempre cuentas con las posibilidades económicas para el inicios de un pequeño o mediano negocio, razón por la que buscan formas de asociatividad ya sea en familia o entre conocidos, no es que esta estrategia sea negativa, pero al considerar que estos negocios no cuentas con un respaldo o garantía de sostenibilidad que genere algún tipo de protección al capital invertido

y que no tienen una duración de más de tres años entonces el resultado a mediano plazo se podría considerar como poco halagador para la economía. (Figueredo, Alvaro ; GEM, 2014)

Antecedentes de los emprendimientos turísticos en el cantón Nobol.

Al establecer una Relación la PEA (Población Económicamente Activa) del cantón y los sectores económicos primario, secundario, terciario, resalta las asociadas al sector terciario con una representación del 51%, de este porcentaje el 65,6% de este 51% le corresponde a la parte de comercio y servicios de restaurantes, el restante a seguridad y al sector público. (INEC, 2010). El sector secundario tiene una participación del 14%, o sea actividades de construcción y manufactura, lo que deja al sector primario con un 35%, en este sector se encuentra a ganadería, agricultura y silvicultura.

Al 2010, se identificó el número de establecimientos de las diferentes actividades desarrolladas, se muestra a continuación la distribución.

Gráfico 3. Número de establecimientos según actividades desarrolladas.

En la actualidad Nobol cuenta con una población aproximada de 20.000 habitantes, de la cual poco más del 50% pertenece al área urbana. Las actividades económicas del cantón se central en la agricultura, ganadería y el turismo sobretodo el turismo religioso y gastronómico.

En cuanto a políticas del tipo local, es decir las que se le permite a los GAD aprobar están las ordenanzas, de las cuales desde el 2014 se han aprobado un total de xx ordenanzas, en el 2014 atendieron ordenanzas para renuncias y retiros voluntarios del GAD, otras con relación a Participación ciudadana y Control Social, también se aprobaron ordenanzas para regular tasas de inquilinato, y los impuestos de las alcabalas. En el 2015 se aprobaron ordenanzas para la creación de la Unidad de Riesgos, protección integral de niños, regulación del tránsito, funcionamientos de los mercados, una ordenanza de relevancia que se aprobó en el 2015, fue la relacionada a la actualización del Plan de Ordenamiento Territorial del GAD Nobol. A finales del 2016, se aprueba una ordenanza exclusiva para la actividad turística, misma que cita lo siguiente: “Ordenanza Sustitutiva de tasas por habilitación o permiso anual de funcionamiento y control de establecimientos turísticos comerciales, financieros e industriales en esta jurisdicción cantonal”. Misma que será a la fecha la única regulación de tipo específico para el apoyo al turismo, ya que hasta el 2018 se aprobaron 10 ordenanzas por parte del GAD Nobol, y solo la citada en el 2016 es la que tiene relación directa a la actividad turística.

Sin embargo, es interesante lo que muestra el registro de la solicitud de permisos de funcionamiento, puesto que expone la dinámica de incremento del número de emprendimientos con relación a la actividad turística por año, según datos extraídos de la base de MIES Ministerios de Inclusión Económica y Social y comparada con los datos recogidos por parte del Dpto. de Catastro del GAD Municipal de Nobol el mayor número de emprendimientos son los comedores, los prestadores de servicios llegaron al 2017 a un total de 159, con un aumento de un sitio nuevo en el 2018, llegando a 160, pero que en el 2012 eran más de la mitad de esta cifra.

Perfil de los emprendedores de Nobol.

Una investigación publicada por La Revista Tecnológica ESPOL (2009) por muestra que los dueños de establecimientos de oferta de servicios turísticos de Nobol, requieren de mayor intervención ya sea para capacitación, tecnificación, control y regulaciones, puesto que aunque los locales trabajan con normalidad, estos por las características de los dueños aún tienen mucho por mejorar, al referirnos a los dueños se manifiesta que sus niveles de conocimiento sobre como optimizar el servicio son escasos, en parte debido a los niveles de estudio que poseen, y desconocimiento de programas de capacitación gratuitos del gobierno para estas áreas. La edad de quienes prestan el servicio se encuentra en un rango de 30 a 60 años, de origen noboleño, con un nivel de estudio primario en la mayoría de casos.
En cuanto al tiempo de los emprendimientos se puede confirmar lo que publicó el informe del GEM en el 2016 en relación al tiempo de existencia de los emprendimientos, nivel de educación de los dueños, y edades promedio, ya que entre las características de quienes tienen de 10 años a más en un emprendimiento en Nobol, tienen de 30 años hasta aproximadamente 55 o 60, terminaros el nivel primario y otros la secundaria.

Relación entre políticas turísticas y desarrollo de emprendimientos turísticos.

Básicamente las políticas son lineamientos que buscan que las empresas locales se transformen en unidades de desarrollo, mejorando la calidad de vida local, que al mismo tiempo tengan la capacidad de formular estrategias de cooperación empresarial al agruparse en un mismo segmento productivo, concentradas espacialmente en la misma área geográfica como opción para mantenerse competitivas y lograr equilibrio frente a las presiones económicas y de mercado, manteniendo las características culturales, históricas, de consumo y de comportamiento de cada región.

Política Nacional de Turismo.
En primer lugar, la existencia de una Política Nacional de Turismo es fundamental en cuanto a la orientación, profundidad y carácter que toma el desarrollo turístico en un país o región, dicha política puede ser extremadamente rigurosa, con una fuerte intervención del estado, cuya función sea definir los proyectos turísticos que los privados pueden ejecutar, o bien invirtiendo directamente con fondos públicos. Pueden así existir normativas muy precisas y detalladas respecto del ordenamiento físico del turismo, o respecto de la operación de las empresas, la consecuencia de una política de este tipo puede ser negativa, en la medida en que ella inhibirá a los inversionistas privados y frenará el desarrollo.
Por tanto, la política turística debe concebirse bajo la intención de regularizar reglas aplicables al sector, que además vislumbre el soporte público al tiempo que garantice la calidad de la oferta, que sea amigable con el ambiente y con la demanda, que busque equilibrio entre las

responsabilidades y funciones del sector privado y el público. Por el contrario cuando se desarrolla turismo sin la formulación de parámetros ni reglas como una política nacional de turismo son escasas las posibilidades de aprovechamiento de los atractivos de una región y se vuelve propensa a un desordenado desarrollo con afectaciones sociales, ambientales y económicas.

Las políticas turísticas y el funcionamiento de los GADs.

Durante décadas los municipios padecían en la ejecución de sus funciones, ya que no se contaba con información ni recursos para efectuar la gestión, la coordinación interdepartamental e interinstitucional entre municipios era otra dificultad ya que se desaprovechaba la oportunidad y recurso de realizar acciones de interés común a vario municipios, se puede afirmar que estas situaciones han sido paleadas y otras condiciones negativas para la gestión del turismo desde los municipios han dado un gran salto teniendo como resultado una remuneración significativa para los empleados de estos departamentos, la competencia es algo que se mejoró aunque aún no se logra obtener en los sitios estratégicos personal con capacidad de gestión y compromiso en el sector.

La centralización fue otro factor superado, en Ecuador fue aprobado el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en el año 2010, dicho código explícitamente dice "*Que, la Constitución de la República vigente, establece una nueva organización territorial del Estado, incorpora nuevas competencias a los gobiernos autónomos descentralizados y dispone que por ley se establezca el sistema nacional de competencias, los mecanismos de financiamiento y la institucionalidad responsable de administrar estos procesos a nivel nacional"* (Asamble Nacional del Ecuador, 2010). A partir de la aprobación de este código las municipalidades podrán y deberán hacerse cargo de la gestión y administración de sus territorios.

Así la descentralización es básicamente una medida para la repartición del poder y del espacio, con el objetivo principal de mejorar las condiciones de eficiencia y democracia, debido a que se transfiere atribuciones, y esta transferencia de poder debe resultar en un mayor apropiamiento del control de los procesos por parte de los encargados de la gestión de las medidas como de los mismos beneficiarios.
Entiéndase como gestión a las tareas que le corresponde realizar a los encargados de la actividad turística de un territorio, para lo que se conoce que existe todo un marco legal que indica cuales son los objetivos de las competencias transferidas a los municipios y las atribuciones, es decir no hay que inventar sino establecer estrategias para poner en marcha lo establecido en el COOTAD.
Una de las cosas de mayor complejidad está en el análisis de la efectividad de la gestión, sobre todo por la necesidad de identificar los indicadores sobre los que se debe evaluar, un indicador es lo que permitirá evidenciar el porcentaje, o una aproximación al cumplimiento de lo programado, en el caso de la gestión pública, los indicadores como se mención o en el caso de Chipie y de Perú, son determinados en función de los programas establecidos para ese territorio, ya que no existe un formato con capacidad de ser aplicado a todo contexto, por la misma diferencia que existe en los territorios, sus recursos, su cultura, sus necesidades, sus prioridades.

Incidencia de las políticas sobre la actividad emprendedora.

Al momento de analizar la relación de la situación de los emprendimientos con las políticas establecidas encontramos que existen factores ya definidos y usados para el análisis de los emprendimientos otorgados por el organismo de mayor experiencia y prestigio a nivel mundial en este ámbito como lo es el GEM (Global Entrepreneurship Monitor), como punto a favor para el presente trabajo de investigación el GEM en el año 2016 realizó un exclusivo estudio sobre los emprendimientos en Ecuador y extrajo factores exclusivos para el territorio y estos fueron:

- Acceso a infraestructura física
- Infraestructura comercial y profesional
- Programas gubernamentales
- Capacidad para emprender
- Normas sociales y culturales
- Clima económico
- Contexto político, institucional y social
- Educación y entrenamiento
- Políticas Gubernamentales
- Apoyo financiero

Para la medición de estos factores se revisan condiciones particulares de cada uno, el cuadro a continuación describe las condiciones:

Tabla 7. Condiciones de los factores.

FACTOR	ELEMENTO DE ANÁLISIS
Acceso a infraestructura física	Vías, telecomunicaciones, etc.
Infraestructura comercial y profesional	servicios profesionales, proveedores, consultorías técnicas y legales entre otras
Programas gubernamentales	De tipos productivos, educativos.
Capacidad para emprender	Jóvenes con educación superior conclusa, alianzas entre empresas, construcción de redes.
Normas sociales y culturales	Valoración del logro individual, toma de riesgos empresariales.
Contexto político, institucional y social, y clima económico	Cambios frecuentes en marco regulatorio
Educación y entrenamiento	Educación en las universidades, educación para el autoaprendizaje.
Políticas Gubernamentales	Flexibilidad laboral, incentivos fiscales, marco regulatorio amigable a la inversión, legislación que incorpore nuevas formas de financiamiento
Apoyo financiero	Nuevas formas de financiamiento

Fuente: GEM (2016).

De la misma forma se ha considerado una estructura para la evaluación de las políticas Turísticas locales aplicadas en Nobol, iniciando por la determinación de cuáles y cuantas son las atribuciones de gestión que aportan directamente a la generación, desarrollo y sostenimiento de emprendimientos turísticos de las 16 atribuciones correspondientes a la administración local establecidas por el mayor órgano rector del país tanto territorial y administrativamente como lo son La Constitución de la República y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad), recalcando que son las facultades establecidas en el marco regulatorio del Ecuador para la actividad turística explícitamente en el Art. 13 Sección II GOBIERNOS AUTONOMOS DESCENTRALIZADOS MUNICIPALES Y METROPOLITANOS.

Las atribuciones de que tienen relación con los emprendimientos turísticos son:

- Promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo, conforme la normativa vigente.
- Impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura sobre la importancia del turismo.
- Desarrollo de productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.
- Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos del cantón, en el marco de la normativa nacional.

Y la evaluación consiste en estudiar que se ha realizado por parte de la gestión del GAD para el cumplimiento de estas atribuciones, que es desde la aprobación de ordenanzas, diseño, aplicación, seguimiento y evaluación de programas y proyectos, firmas de convenios con organizaciones públicos y/o privados, campañas para el fomento de emprendimientos turísticos a través de facilidades en la obtención del capital inicial o para innovación, incentivos tipo disminución de impuestos o tasas de funcionamiento. Cabe resaltar que en la identificación de indicadores estándar para evaluar la gestión de las políticas públicas del turismo no hay unos exclusivos que puedan ser generalizados, es decir aplicados a todos los contextos.

Acercamiento al estatus de los emprendimientos de turismo.

Como ya se ha mencionado en la introducción de trabajo los emprendimientos turísticos son piezas fundamentales para el buen desenvolvimiento de la oferta de servicios y productos turísticos, al mismo tiempo estos crecen y evolucionan en función del incremento de la demanda y mejoran junto con el alza de las expectativas de los consumidores.
En ese marco la oferta de servicios implica cada vez más intervención para efecto de apoyo para realización de mejoras, de innovación, de capacitación y conocimientos de las nuevas tendencias de los diversos grupos que visitan el destino. Debido a esto la intervención de las administraciones locales para asegurar la existencia de las innovaciones en los servicios y productos.

METODOLOGÍA

El análisis de la situación de los emprendimientos turísticos tiene la finalidad de explicar el proceso de conformación de mismos, la forma de desarrollo de los mismo y como se interrelacionan con la parte de la gestión local de las políticas del cantón.
Todo proceso emprendedor está integrado por tres factores, los cuales se componen de 1 el proyecto; 2 capitales, y 3 el emprendedor, cabe entonces preguntarse si bajo cualesquiera que sean las condiciones demográficas, socio económicas, o culturales, los interesados en emprender estarían en capacidad aunque sea mínima de cumplir con los factores que integran el proceso emprendedor, en donde la construcción de un proyecto requiere de ciertos conocimientos básicos, ya sea para uno nuevo o para mejor uno antiguo, el capital no es un factor de obtención fácil, sino suele ser el de más dificultad, y por último el emprendedor que es decisión de las persona si se decide a ser uno.

Ahora bien esto en cuanto a las necesidades de un individuo para ser un emprendedor, pero desde una óptica un poco más externa, las condiciones exógenas a la intención del individuo son esenciales para el proceso de ser emprendedor, y estas condiciones vienen soportadas por lo que hace como sector público para promover los emprendimientos, en caso de divisiones territoriales tipo gobiernos locales como viene siendo el caso de Nobol, ya cuenta con regulaciones para las actividades de emprendimientos turísticos, aunque estas regulaciones son generalizadas para los GADS en general, lo que se propone analizar en el caso de este cantón son como ya se mencionó con antelación que se ha hecho para incentivar iniciativas de emprendimientos turísticos en este caso, acciones de innovación, optimización de la calidad de la oferta.

Entonces tenemos unas dimensiones propicias para el análisis de la incidencia de la gestión pública de las políticas locales sobre los emprendimientos, y estas dimensiones se detallan a continuación.

Dimensión 1: (turismo en el cantón), que refiere a cómo ven los prestadores de servicio las condiciones en general del cantón Nobol para el desarrollo de la actividad turística, incluido es nivel de los profesionales o técnicos del turismo con que cuenta el cantón y el municipio para el correcto desarrollo del turismo, cabe indicar que se trata de ver no solo profesionales de carreras oficiales de turismo u hospitalidad, sino también de hacerse una idea de la cantidad de personas con formación en temas de servicios turísticos a través de estudios técnicos, capacitaciones, adiestramientos u otros.

Dimensión 2: (emprendimientos turísticos) esta guarda relación con los emprendimientos mismo, desde su constitución hasta su forma de sostenimiento, innovaciones, facilidades en cuanto al capital, incentivos tipo reducción de tasas de funcionamientos, medias de ingresos, en otros términos datos útiles para hacer una relación con la gestión pública del turismo.

Dimensión 3: (Gestión Pública) El sondeo en esta fase es sobre el accionar de las áreas competentes del GAD del cantón Nobol acerca del cumplimiento de las atribuciones sobre turismo otorgadas por el Cootad en el proceso de descentralización del país, y donde las principales atribuciones guardas absoluta relación con el levantamiento de información turístico, diversificación de productos, frecuencias de capacitaciones, y aseguramiento de que llegue la información de manera oportuna a los actores locales del turismo, información como

programas o proyectos que faciliten el funcionamiento correcto y el progreso de los emprendimientos.

Para realizar el levantamiento de datos y su posterior procesamiento, inicialmente será necesario construir el cuestionario de medición de las variables (2) vislumbradas en la hipótesis de la investigación, naturalmente con la correspondiente revisión de algunas fuentes primarias y secundarias de investigación tales como las revistas científicas, libros, artículos de bases indexadas, tesis y otros, se ha construido el estriado de ítems para el cuestionario.

El siguiente paso ha sido el ordenamiento de dichos ítems por dimensiones. En último lugar se ha seleccionado la escala de medición de tipo Likert (valores discretos de 1 a 5) por su frecuente aplicación en el campo de las ciencias sociales, y por ser de fácil entendimiento por parte de los encuestados y porque además se encuentra hallarse en correspondencia con los objetivos de la presente investigación.
Para la obtención de datos y su posterior procesamiento, primeramente, ha sido necesario construir el cuestionario de medición de las dos variables contempladas en la hipótesis de la investigación. A través de la consulta de diversas fuentes primarias y secundarias de información (libros, revistas científicas, tesis de grado y posgrado, etc.), se ha elaborado el listado de ítems para el cuestionario. Posteriormente dichos ítems medición tipo Likert (valores discretos de 1 a 5) debido a su popularidad en el ámbito de las ciencias sociales, la fácil comprensión por parte de los encuestados y por hallarse en correspondencia con los fines de la presente investigación.

Fase 2: Administración del cuestionario a la muestra.

En el trabajo de investigación presente, no se calculó una muestra, sino que se aplicó el instrumento a la totalidad de los emprendedores en el área de servicios turísticos, ya que se cuenta con la base de datos de los prestadores de servicios, estos datos fueron revisados tanto en las bases de datos del MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) y los registros del GAD de Nobol, cifra que llegó a 160. Por tanto, para la administración del cuestionario se realizó un exhaustivo trabajo de campo, que duró varios días para ubicar a todos los emprendedores del turismo.

Fase 3: Construcción de la base de datos de los valores de percepción.

Esta parte está constituida por dos ciclos o etapas, la primera es la creación de una matriz en Excel, donde se puedan ingresar los datos levantados, matriz que está construida con 21 columnas correspondientes a los ítems, y 160 filas pertinentes al número de emprendedores turísticos de Nobol. Se ha volcado en la matriz cada una de las respuestas de las 160 personas a cada ítem según la escala Likert, y luego en la segunda parte se ha verificado que no existan datos faltantes o perdidos.

5.3. Técnicas de análisis de datos.

Ya que se realizará un Cálculo de estadísticos descriptivos, este se analizará de la siguiente manera:

Etapa 1: Determinación de la media, mediana y desviación estándar de los valores de percepción de los encuestados.

Etapa 2: Visualización gráfica de los estadísticos descriptivos.

Por cada uno de los ítems del cuestionario se ha hallado el valor promedio, la mediana, así como la desviación típica. Esto es útil para resumir cuáles ítems han obtenido valores positivos de percepción (entre 4 y 5 de la escala), cuáles valores negativos (1, 2 y 3) y si ha habido o no mucha diferencia entre las opiniones de los encuestados. El cálculo de estas medidas de posición y de variación ayuda a captar cuál es la opinión resumida de los encuestados y si la misma ha sido homogénea o heterogénea. Luego se ha graficado la percepción de las 160 personas mediante un gráfico de líneas teniendo en cuenta la mediana de las observaciones.

Otra técnica de análisis de datos consiste en hacerlo por cada una de las dimensiones, y las etapas son:

Etapa 1: Cálculo de la correlación entre ítems.
Etapa 2: Cálculo de la correlación ítem-total.
Etapa 3: Cálculo del coeficiente Alpha de Cronbach.

Los ítems del cuestionario han quedado agrupados en tres dimensiones. Por cada dimensión se ha calculado el coeficiente de Pearson entre cada pareja de ítems (coeficiente que oscila entre -1 y 1) unido a la significancia y sentido de cada una de estas relaciones. También se ha combinado el conjunto total de ítems dentro de cada dimensión de modo que las relaciones iguales o mayores que 0,35 han permitido corroborar la permanencia de cada ítem durante el resto del proceso de estudio. Finalmente se ha determinado el coeficiente Alpha de Cronbach por cada dimensión obteniéndose valores superiores a 0,7 lo cual refleja que la escala empleada en el cuestionario, es fiable.

Una vez obtenidos los resultados de las condiciones actuales económicas, políticas y sociales, la situación de los emprendimientos turísticos del cantón Nobol y de la gestión de las políticas públicas, procederemos a realizar el contraste para comprobar que los emprendimientos turísticos locales tendrían un mayor grado de desarrollo si existiera un mejor nivel de gestión de las políticas turísticas y las condiciones del entorno local también fueran adecuadas. Esto demostraría la veracidad de las hipótesis.

Como se ha constatado, los emprendedores turísticos locales de Nobol en su mayoría afirman que su negocio tiene cerca de diez o más de diez años de existencia o funcionamiento (ítem 5) y que el mismo es llevado a cabo entre familiares y amigos, también se conoce que muchos de ellos no se encuentran adscritos a asociaciones, lo que les disminuye de posibilidades de hacer un ejercicio equilibrado de cooperación, y que el capital inicial de su emprendimiento ha sido producto d esfuerzo personal ya sea de ahorro, o de préstamos a conocidos o a la banca privada u otros, pero que jamás ha sido facilidad otorgada por la administración local.

En cuanto a la gestión de las políticas turísticas, a través de las estimaciones en la encuesta, destaca que la frecuencia de las socializaciones de medidas y proyectos respecto al turismo gestionados por el GAD son mínimas, y según lo que opinaron mientras se aplicaba el cuestionario, los emprendedores comentaban que las pocas que se hacen coinciden con las fechas de elecciones o fiesta de cantonización, lo propio sucede con las capacitaciones. Sobre el ámbito fiscal se encontró que no suelen recibir incentivos de este tipo, y en el tema

de facilidades para acceder a créditos para iniciar o mejorar estos emprendimientos indicó no tener esa posibilidad.
Los emprendedores manifestaron en las respuestas otorgadas a las 2 preguntas finales concluyen que la gestión turística local tiene aún mucho por hacer, ya que no ven mayor trabajo por parte del área de turismo desde la parte que le corresponde a lo público, y que por tanto los emprendimientos tienen un desarrollo lento, lo que vendría a confirmar la hipótesis de la coincidencia de una deficiente gestión en la aplicación de las políticas con un inapropiado desarrollo de los emprendimientos turísticos de Nobol.

Dicha coincidencia se muestra en la pregunta El GAD *¿Gestiona de manera adecuada las políticas de desarrollo y mejora de los emprendimientos turísticos en el cantón?* Y es que de un total de 160 emprendedores turísticos solo el 0,62% respondió con una valoración de 4 en una escala Likert de 1 al 5, donde 1 es el valor más bajo y 5 el máximo. Un 56,22% dio valoraciones de 1, es decir la valoración más baja de la escala, y el restante 43,16% le propinó una calificación de entre 2 y 3. (Como dato particular los emprendedores fueron explícitos en las preguntas que median de forma clara la gestión del turismo por parte del GAD, e indicaban desear tener más atención y facilidades para mejorar sus labores). Estas acotaciones son comprensibles al momento de hacer una relación con las respuestas obtenidas en las preguntas 7, 8, 14 y 18 del cuestionario, mismas que indican que si se han realizado mejorías en los emprendimientos y que han hecho algunas innovaciones, pero que han sido por cuenta propia, ya que la mayoría dice haber recibido solo una capacitación por año y que su capital para emprender e innovar es por diligencia autónoma, mas no a cuenta de la gestión de la gobernanza.

CONCLUSIONES

Ya en este punto, es imprescindible realizar un análisis final con los resultados conseguidos en esta investigación. El trabajo presente ha tratado dos temas básicos como son la situación de los emprendimientos turísticos como factor de aporte importante al desarrollo del turismo, y la gestión de las políticas turísticas de lo que se estableció como punto valioso estudiar cómo estas afectan al desarrollo de los emprendimientos. El contraste de ambas facilitaría entender la incidencia de un punto sobre el otro, de este modo identificar cuáles serían las posibles estrategias de corrección o mejoras en la gestión pública, ya que de esto depende el crecimiento del turismo del sitio.

La evaluación de la gestión de las políticas turísticas locales sobre los emprendimientos constituyó el objetivo principal de este trabajo, la hipótesis a comprobar era que un mejor nivel de gestión de las políticas turísticas locales contribuirá a un mayor grado de desarrollo de los emprendimientos locales, soportado esto en la revisión de trabajos de esta índole, y en la observación del estado de los negocios de turismo.

Paralelo a esto, se propusieron cuatro objetivos específicos relacionados con las temática que los estudios, estos fueron Sistematizar los fundamentos teórico-conceptuales de la políticas públicas nacionales, regionales y locales de turismo, Caracterizar el modo existente de gestión de las políticas turísticas locales, Examinar las acciones promulgadas por las políticas turísticas que fomentan el emprendimiento turístico en el cantón, y por último determinar el nivel de impacto de las acciones de políticas turísticas sobre el nivel de desarrollo de los emprendimientos en el cantón.
Para la consecución de los objetivos se utilizó un cuestionario con una escala de Likert con valoración de 1 al 5, según las respuestas obtenidas hay una débil gestión pública que afecta el desempeño de los emprendimientos, sobre el primer objetivo se encontró que si existen políticas establecidas para la gestión de la aplicación de las políticas del turismo en todos los niveles.

En cuanto al segundo objetivo se determinó que no es muy densa la información sobre las formas de medir la gestión pública del turismo, y que lo que se estila es que en la gestión administrativa es medible en función de los indicadores por las atribuciones que se hayan establecido para el departamento a estudiar, y en el cantón Nobol a pesar de existir las atribuciones otorgadas estas tienen una deficiencia en el ámbito de la aplicación, al punto que un punto primordial como el levantamiento del catastro es aun deficiente, puesto que el Dpto. de Turismo no cuenta con la información si no el Dpto. de catastro y este hubo que cotejarlo con lo muestra la base del SENPLADES, ya que no se hace frecuente levantamiento de información.

Sobre el tercer objetivo acerca de las acciones promulgadas a los emprendimientos se logró determinar que no la gestión no está a nivel de los requerimientos de quienes emprender ni desde el punto de vista de elementos importantes como la frecuencia de capacitaciones, ni los incentivos de tipo fiscal, y menos para la obtención de capitales de emprendimientos e innovación.

En el objetivo final los emprendedores de turismo dijeron no sentirse conformes con la gestión de las políticas para promover las mejoras y nuevas conformaciones de emprendimientos.

En función de todo esto puedo decir que a pesar de que están dichas las funciones y las atribuciones del área de Turismo del GAD Nobol, que aunque los sitios de oferta de servicios y productos turísticos se han sostenido es lamentable que se dé exclusiva gestión propia de los dueños, y que deban endeudarse con la banca privada a razón de altas tasas de interés, y más aún que para las mejoras deban seguir cayendo en lo mismo, también debo decir que la demanda ha crecido y quienes se desempeñan en el área del turismo para responder a la demanda no cuentan con información de cómo ofrecer el servicio y los que cuentan en su mayoría es por pagos de capacitaciones cuando estas deberían ser gestionadas por el GAD de manera gratuita a través de convenios con la IES, o con el MINTUR ya que este cuenta con un programa de capacitación técnica sin costo. También la elaboración de proyectos de cooperación turística es una apuesta importante para el municipio, en la actualidad no existen proyectos de cooperación gestionados por el GAD, a más de uno que integro al cantón a través de la promoción de la Ruta de la Fe de la Prefectura del Guayas.

Una consulta a las IES o preparación en el área de gestión local del turismo sería una buena opción para el GAD, para así poder desarrollar una Plan de Desarrollo Turístico, que es indispensable cuando se piensa fortalecer un territorio desde la actividad turística. Mayor socialización a los emprendedores sobre programas de financiamientos de los diferentes ministerios y conformación de asociaciones fomentarían la comunicación con los grupos de emprendedores a través de sus representantes, de este modo el GAD estaría más al tanto de los requerimientos de quienes hacer la oferta de los servicios y viceversa.
Una mayor atención a la aprobación de ordenanzas municipales que no solo apunten al cobro de la tasa o permiso de funcionamiento, sino que otorgue incentivos a los emprendimientos de Nobol, ya que aprobar una en 5 años no es recomendable.

4. BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Criado, E., Álvarez Sousa, A., Alburqueque Lorens, F., Baigorri, A., & Camarero, L. (2007). Perspectivas Teóricas en el Desarrollo Local. La Coruña: Netbiblo.

Albero, C. (2016). docshare.tips. Obtenido de docshare.tips: http://docshare.tips/historia-del-canton-nobol_5841d7a7b6d87ff01e8b4665.html

Álvarez et al. (2008). Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio. ROTUR Revista de Ocio y Turismo, (1), 19-50.

AME Asociación de Municipalidades del Ecuador. (Abril de 2016). AME VIRTUAL. Obtenido de CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, COOTAD: https://www.amevirtual.gob.ec/codigo-organico-de-organizacion-territorial-cootad/

Arroyo, C. (2005). "La planificación del desarrollo local en el marco de la emergencia". Scielo.

Asamble Nacional del Ecuador. (19 de Octubre de 2010). CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD . Obtenido de CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD : www.planificacion.gob.ec/.../Código-Orgánico-de-Organización-Territorial-Autonomía

Aulacliks.com. (s.f.). Curso para emprendedores. Obtenido de curso para emprendedores: https://www.aulaclicks.com/historia-del-emprendimiento-en-el-mundo/

Bayers, T., Helen , K., & Sutton, R. (1997). Characteristics of the Entrepreneur:. The Handbook of Technology Management.

Bosma , & Sternberg. (2011). Microemprendimientos como instrumento de combate a la pobreza: una evaluación social para el caso mexicano. Innovar.

Bielchowsky, R. (2000). Cincuenta años de pensamiento CEPAL. Rio de Janeiro: Editora Record.

Consejo Nacional de Competitividad. (2017). Índice Global de Emprendimiento. República Dominicana.

Díaz Vázquez , R., & Muñoz Chávez , I. (Noviembre de 2011). PROPUESTA AL SECTOR TURISMO EN BASE A LA TEORÍA DE DESARROLLO ENDÓGENO EN EL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA HUATULCO, OAXACA". PROPUESTA AL SECTOR TURISMO EN BASE A LA TEORÍA DE DESARROLLO ENDÓGENO EN EL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA HUATULCO, OAXACA". SAN LUIS POTOSÍ, Mexico.

Donoso, A., & Marcela, M. (Agosto de 2004). Viabilidad y Diseño de un Proyecto Turístico Hostal en Mindo. Viabilidad y Diseño de un Proyecto Turístico Hostal en Mindo. Quito, Pichincha, Ecuador.

Feito, M. C. (2010). Desarrollo local y políticas rurales en el Municipio del Pilar. Revista de Antropología, 3-4.

Figueredo, Alvaro ; GEM. (2014). Reflexiones Sobre Emprendimiento Innovador Como Motor del Desarrollo. Guatemala.

GEM GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. (2016). Ecuador.

Hernández Sampieri, R., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación Sexta edición . Mexico: Mc Graw Hill education.

Holanda, M., & Vieira, M. (2003). Sobre a falácia da relação direta entre turismo e desenvolvimento local". In: Carvalho. Scielo.

Martinez, J. (2017). ¿Qué está estancando el emprendimiento peruano? mba&educación ejecutiva, 1.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (enero de 2014). http://www.turismo.gob.ec/catastro-de-establecimientos-turisticos/. Obtenido de http://www.turismo.gob.ec/catastro-de-

establecimientos-turisticos/: http://www.turismo.gob.ec/catastro-de-establecimientos-turisticos/

MINTUR. (26 de noviembre de 2013). Ministerio de Turismo Noticias. Obtenido de Ministerio de Turismo Noticias: http://www.turismo.gob.ec/experto-de-la-cepal-recorre-emprendimientos-turisticos-comunitarios-de-orellana/

MINTUR. (2015). mintur.gob.ec. Obtenido de resultados del 2015, año de la calidad turistica en Ecuador: <http://www.turismo.gob.ec/?s=calidad>

MORENO TINJACÁ, M. A. (24 de abril de 2018). Emprendimiento turístico: Una puerta para descubrir Colombia. El Espectador.

OEA. (2008). Los proceso de descentralización y las políticas y programas de reducción de la pobreza. Mexico: Zilyen.

OLIVEIRA, E. (2007). "Impactos socioambientais e econômicos do turismo e as suas repercussões no desenvolvimento local: o caso do Município de Itacaré- Bahia", In: Interações. Revista Internacional de Desenvolvimento Local . SCIELO.

OMT. (2005). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos Guía práctica. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Ornés Vásquez, S. (2009). La gestión pública del turismo en el distrito metropolitano de Caracas: fortalezas, debilidades y nuevos desafíos. Gestión Turística, 97 -99.

Orrego, C. I. (2008). La Dimensión Humana del Emprendimiento. Revistas Estratégicas , 3.

Peñaranda, F. (2015). Proyecciones del Turismo para el Ecuador. Guayaquil.

Poncio, D. (2010). Animarse a emprender. Argentina: Editorial Universitaria Villa María.

Salinas, S., Machado, O., & Ordoñez , D. (2012). Politicas del estado ecuatoriano y su relacion con el desarrollo del emprendimiento . Universidad Laica Vicente Rocafuerte, 69.

Segura, R. (2006). Innovación, Empresario y Destrucción Creativa. Una lectura de Schumpeter como teórico de la modernidad. Universidad Nacional de General Sarmiento.

SENPLADES. (2010). LINEAMIENTOS PARA LA PLANIFICACIÓN Y EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL. Quito: Imprenta Mariscal.

LÍNEA TEMÁTICA:

GESTIÓN DE LAS RELACIONES JURÍDICAS

ISBN: 978-9942-960-44-3

001. ORÍGENES LEGALES Y SU ANÁLISIS EN EL DERECHO COMPARADO.

Ab. Carlos Enrique Calderón Borrero, Mgst.
Universidad Tecnológica ECOTEC
Docente Investigador
ccalderon@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En el siguiente trabajo se hará un análisis somero donde expondré diferentes instituciones jurídicas alrededor del mundo, en distintos países, teniendo en cuenta sus orígenes legales, que no son otros, que el civil law y el common law, como grandes fuentes históricas generados de sistemas jurídicos, teniendo como fuente principal, la ley, la primera de ellas, y el precedente judicial, la segunda. Así las cosas, repasaremos brevemente sus similitudes y diferencias, como se protege al inversionista minoritario de compañías, a los pequeños y medianos empresarios, pasare a mostrar cómo funciona el recurso de apelación en distintos orígenes legales y finalmente daremos unas conclusiones del porque una figura o institución jurídica tiene ventajas o falencias dentro de cada origen legal o sistema procesal.

PALABRAS CLAVES:

Derecho comparado, Common Law, Civil Law, Recurso de apelación, Economía, Libertad, Política, Mercado financiero, Derechos fiduciarios, Acciones, Accionistas, Instituciones Jurídicas, La prueba.

ABSTRACT

In this work, I will conduct a shallow analysis about different legal institutions around the world based on their legal origins, the civil law and the common law. Throughout the history, These laws have been considered as the source of the legal systems' genesis, with the law and the judicial precedent as the main sources. So, I will describe briefly their similarities and differences and how the minority investor is protected from big companies. Also, I will show how the appellate procedure works in different legal environments. Finally, I will present some conclusions about why an organization or legal institution has advantages or difficulties into each procedural system.

KEY WORDS

Comparative law, Common Law, Civil Law, Appeal, Economy, Liberty, Polity, Financial Market, Fiduciary Rights, Shares of Stock, Shareholder, Legal Institutions and Evidence.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Se cuestiona sobre cómo ha respondido el derecho (instituciones jurídicas) a través del tiempo ante los fenómenos tanto económicos, como sociales, políticos y jurídicos en los países con tradiciones del common law y del civil law; analizando cuál es la causa para que funcione o no funcione determinada política en el mercado financiero, político y legal, y se fortalezca el mismo; y como se desarrolla la figura jurídica del recurso de apelación en distintos sistemas procesales u orígenes legales.

OBJETIVO GENERAL

- Analizar diferentes instituciones jurídicas conociendo su composición y funcionamiento en los diferentes orígenes legales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comparar algunas instituciones jurídicas, que se han desarrollado en ambos orígenes legales, con dos casos específicos del derecho latino ecuatoriano y colombiano.

- Determinar las causas por las cuales funcionan o no, determinadas políticas en el mercado financiero, político y legal.

- Mostrar cómo funciona el recurso de apelación en distintos orígenes legales.

INTRODUCCION

En el siguiente texto se analizarán diferentes instituciones jurídicas en el derecho comparado, tales como: las acciones en compañías o derechos fiduciarios de inversionistas minoritarias, el recurso de apelación, la prueba, el derecho de libertad, desde los diferentes orígenes legales, a saber, el common law y el civil law, donde se tendrán en cuenta aspectos de tipo histórico, social, económico, político y sobre todo jurídico.

No es correcto clasificar los sistemas procesales modernos con los términos “acusatorio” e “inquisitivo”, por considerar que deterioran el contexto de los mismos, toda vez que al hacer referencia al término inquisitivo se puede relacionar con la inquisición medieval de la iglesia y el contexto histórico en el que se desarrollan las instituciones jurídicas objeto de análisis, es diferente, puesto que se da, en el siglo XX y XXI. En este sentido y aislándonos del contexto tradicional y conservador de los términos, hagamos una breve introducción d ellos aspectos más relevantes de cada origen jurídico.
En el common law se requiere de una etapa previa al juicio en la cual se busca eliminar las controversias antes del juicio y de filtrar las verdaderas controversias que pasan al jurado, de no ser así, se ponen de presente las pruebas al jurado. Por otro, una de las funciones del jurado es la concentración de las audiencias evitando dilaciones o aplazamientos del proceso. Prevalencia

del sistema oral sobre el escrito en la práctica de las pruebas. De vital importancia la inmediatez, ese contacto directo entre el jurado y la prueba, evitando delegar la práctica de las pruebas en otros funcionarios. Finalmente debe primar la imparcialidad del juez frente a las partes (Bussani y Mattei, 2012).

Por su parte en el civil law quien decide es un juez, hay falta de concentración en las audiencias, la evidencia escrita prevalece sobre las pruebas orales, no hay inmediatez por cuanto quien practica la prueba es un funcionario diferente de quien decide.

Una de las tendencias en los sistemas procesales modernos es el poder que tiene el juez de resolver cada caso de la manera más adecuada y eficiente (gestión de casos). Otra de las tendencias es la flexibilidad en los tipos de procedimiento dependiendo de las características de cada caso, buscando proteger los derechos de manera expedita y procurando aplicar el principio de economía procesal, en un sentido muy genérico, la economía procesal es un principio informativo del Derecho procesal que, de forma más o menos intuitiva, influye y configura la estructura y el funcionamiento del proceso; en ese aspecto sería la razón que procurara que el proceso consiga su fin, la satisfacción de las pretensiones con el mayor ahorro posible de esfuerzo y de coste de las actuaciones procesales; obtener el máximo rendimiento con el mínimo gasto y tiempo, lo que podría llamarse la economía en el proceso (Pérez, 1971).

Mientras que en el common law se requiere preparar el caso, para tener una primera audiencia concentrada con la finalidad de obtener una decisión rápida, racional y consistente, en cambio en el civil law la resolución de los casos se extiende por mayor tiempo, realizándose una serie de audiencias que no tienen un límite definido, por ello se fueron adoptando por algunos países de Europa y Asia, una serie de procedimientos con los cuales se busca reducir los términos y racionalizar el proceso de tal forma que en una primera etapa, en la cual se puede presentar la solución anticipada, se realiza la preparación y en una segunda etapa se practican las pruebas y se adopta la decisión con el fin de lograr la inmediatez y propendiendo por el uso de la oralidad.

Se hace referencia al deber que tienen las partes de aportar las pruebas que tenga en su poder y que pretenda hacer valer, en algunos países como Francia el hecho de no cumplir con esa carga puede conllevar a sancionar a la parte. En el evento en que la prueba este en poder de la parte contraria, se debe solicitar a la corte que la requiera para que sea entregada dicha prueba (Bussani y Mattei, 2012).

En la actualidad los legisladores de distintos países están trabajando en la armonización de los sistemas procesales con el fin de reducir sus diferencias y unificar un procedimiento que permita la solución de conflictos trasnacionales.

Con base en lo anterior el principal objetivo es otorgar como herramienta a los legisladores de todo el mundo un modelo jurídico para los proyectos de reforma de cada país, a fin de que las diferencias existentes entre los diversos sistemas procesales disminuyan.

Adicionalmente se analizará los derechos fiduciarios o acciones que tienen los accionistas minoritarios en las compañías, vistos desde los dos orígenes legales, mostrando como se protege en mayor o menor medida, a cada uno de ellos, y como en los países con origen del civil law, la sobre normatividad en diferentes materias hace más engorroso, poder obtener utilidades pronto para los emprendedores o empresas pequeñas y medianas que quieren entrar a un mercado, que en teoría debería ser competitivo (Roe, 2006).

Teniendo claras estas distinciones principales entre ambos orígenes legales entremos a analizar algunas instituciones jurídicas, que se enmarcan en ambos sistemas a nivel mundial.

ANÁLISIS – DESARROLLO

Se expone la tesis, o planteamiento del problema, basándose en la forma cómo ha afectado el derecho como ley, como norma, como creador de instituciones, las economías de los diferentes estados y la manera como han implementado sus diferentes políticas económicas para enderezar los mercados financieros afectados por las guerras del Siglo XX, se hace una evaluación de como las políticas estatales han afectado el desarrollo económico de las diferentes naciones, y como jurídicamente se han desarrollado en los diferentes orígenes legales, figuras o instituciones jurídicas, tales como, el recurso de apelación y la sobre regulación de los mercados por parte del sistema del civil law, donde no se protege la inversión del accionista minoritario y del pequeño y mediano empresario.

Expongamos un breve recuento de diferencias y similitudes entre ambos sistemas u orígenes legales, para partir de una base clara:

SISTEMAS PROCESALES U ORIGENES LEGALES:

DIFERENCIAS

COMMON LAW

1. Países con vínculos históricos a Inglaterra (Inglaterra, Australia, Canadá, India, Estados Unidos y otros).
2. Uso de un jurado laico para decidir hechos.
3. Predominio del proceso oral.
4. Inmediatez.
5. Juez designado por su trayectoria y experiencia laboral como abogado.
6. El poder se concentra en una única estructura.
7. Concentración en una única audiencia.

CIVIL LAW

1. Orígenes en el imperio romano. Se expandió por fuera del continente europeo.
2. Uso de un juez para decidir.

3. Predominio del proceso escritural.
4. Mediatez.
5. Juez vinculado mediante carrera judicial.
6. División del poder en tribunales. Jerarquías de cortes.
7. Varias audiencias antes del juicio.

SIMILITUDES

1. Capacitación y práctica en derecho.
2. Se presenta en algunos jueces falta de independencia y corrupción.
3. Tendencia a la eliminación de los acuerdos de pago honorarios de contingencia.
4. Comparten los mismos principios fundamentales (independencia e imparcialidad del juez, derecho a ser oído).
5. Tienen reglas de preclusión o cosa juzgada, como mecanismos para asegurar la firmeza de los juicios y poner fin a la Litis.

Casi todas las naciones que tienen como base el Civil Law sufrieron invasiones militares y ocupaciones en el siglo XX, mientras que ninguna nación que tiene como núcleo el Common Law colapsó ante este tipo de catástrofe (Roe, 2006). En el mundo de hoy, algunas agencias internacionales han dicho que trasplantar el correcto código legal va a realzar el desarrollo de la economía. En estos nuevos orígenes legales un punto de vista tiene en cuenta que la función de la economía es propender por los mercados bursátiles, esto sucede cuando los que hacen las políticas o los agentes privados construyen las instituciones para soportar el mercado de valores y tienen suficientes políticos que respalden el hecho que las políticas no ataquen las finanzas.

Es necesario, que haya un respaldo institucional hacia el mercado, pero debe ser mínimo, casi que se debe permitir al mercado que se regule por sí mismo (Smith, 1776)[1]; o cuando menos que estas políticas no obstaculicen el desarrollo del mercado financiero.
Las políticas nacionales pueden poner límites a los responsables de crear y construir instituciones a través de sus políticas. Las políticas económicas son más eficientes en los países del common law siempre que los países que estamos abrigados con el civil law nos rige inexorablemente el principio de legalidad.

Y si el mercado financiero es exitoso solo donde hay un soporte político, entonces estamos construyendo estructuras legales en medio de una política hostil donde vamos a perder recursos y a correr riesgos innecesarios.

Es en este punto donde el cómo el civil law y el common law no deben interferir en el eficiente desarrollo de mercados de capital a través de políticas económicas e incluso acuerdos privados, miremos las razones de fondo, el ¿Por qué? teniendo en cuenta la relación entre las fuentes del derecho y los mercados financieros.

[1] Edición de Carlos Rodríguez Braun. Epublibre, Titvillus. 09.02.15.

- El sistema legal debe proteger a los pequeños inversionistas.

Pocos piensan que la protección legal no sea importante; por ejemplo, en los Estados Unidos, se usa regulación de la seguridad nacional, tan bien, como los derechos fiduciarios hacen su trabajo, y protegen a los accionistas; y las naciones del civil law, podrían, si se lo propusieran, desarrollar instituciones que protejan a los accionistas minoritarios, pero el gran exceso de regulación y normas en la materia, hacen más dificultosa la tarea. Sin embargo, tengamos en cuenta que el juez estadounidense no está solo protegiendo a los accionistas americanos, en efecto, el common law, utiliza sus bases para proteger los derechos fiduciarios, por lo cual toma mucha ayuda de: 1 Regulaciones de la comisión de bolsa de valores [SEC][2], 2. Los legisladores.

Lo más importante para la protección de los accionistas minoritarios es que no sean manejados por derechos fiduciarios con prerrogativas de voz y voto de parte de los mayoritarios, por ejemplo, los derechos fiduciarios no protegen a los intereses de los accionistas de errores gerenciales y negligencias en el manejo. Así las cosas, sin restricciones a los gerentes manejadores o gerentes generales, van a ser sistemáticamente menos orientados los accionistas minoritarios en unos Estados que en otros, y así los accionistas dominantes no van a poder vender sus acciones a accionistas por fuera porque el precio de las acciones va a caer bruscamente, por el hecho de haber perdido confianza en el mercado el valor de dichas acciones.

- El civil law sobre regula y aniquila la seguridad de los mercados antes de que estos se puedan desarrollar.

Si se deja sola la bolsa de valores, podría proteger por sí misma a los accionistas. La pobre regulación que rodea a los Estados Unidos permite que el mercado de valores surja y proteja a los accionistas minoritarios y que permuten estas prácticas en buenas leyes seguras que propendan por cubrir los intereses de los minoritarios. Las regulaciones (crear leyes) pro y anti mercado son importantes, pero atribuirle esto a los orígenes legales (fuentes del derecho) trae 2 limitaciones, la primera es que hablamos que las naciones prefieren los rendimientos por encima de un sistema legal institucional de calidad, por ir en contra de los mercados, la transparencia y los contratos privados; y la segunda es que ambas fuentes del derecho u orígenes legales en nuestros tiempos pueden tomar cualquiera de los dos caminos en vista de que estas instituciones se adaptan a las necesidades sociales del momento.

En el caso Colombiano, tenemos el ejemplo de la reforma tributaria del año 2012[3], que disminuyó la tarifa de renta al 25%, pero creo adicionalmente y complementario a este el impuesto CREE, el cual se pagaría de manera conjunta, desde año 2013 con una tarifa del 9%, esto para las empresas pequeñas, que hubieren empezado actividades hace poco, les hacia inviable un crecimiento financiero continuo, debido a la alta carga impositiva que debían asumir, adicionalmente, dos años después, una reforma tributaria posterior, en el año 2014[4], se crea la sobretasa al CREE, con lo cual se aumenta esta carga impositiva. Este tipo de

[2] SEC: Security and Exchange Commission. https://www.sec.gov/
https://www.sec.gov/rules/pcaob/2016/34-77787.pdf - Regulación específica para revelar información en compañías públicas.
[3] Ley 1607 del 29 de diciembre del 2012. Congreso de la Republica de Colombia.
[4] Ley 1739 del 23 de diciembre del 2014. Congreso de la Republica de Colombia.

sobrerregulaciones, en las compañías grandes, conlleva un proceso de planificación tributaria de dichas compañías, donde las utilidades de los accionistas minoritarios se ven afectadas en aras de poder cumplir con dicha carga.

Para el Ecuador podemos ver el ejemplo del ISD[5] consagrado en la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador, el cual implica un mayor valor en los costos de adquisición de insumos de importación para los emprendedores, pequeños y medianos empresarios, que, empezando a construir negocio, deben asumir, no solo este sino otros emolumentos tributarios impuestos por el Estado, como lo es el anticipo al impuesto de renta, más los demás tributos regionales que en sus facultades, o a veces, excediendo las mismas imponen los Gobiernos Autónomos Descentralizados; en este sentido y solo por citar un ejemplo, tenemos el caso de Airbnb, tengamos en cuenta que el gobierno ecuatoriano (civil law), en su ánimo de querer abarcar múltiples ámbitos de la vida y sobre regular los mismos, sin entender el negocio en sí, de intermediación, comisión y conexión entre dos personas, una que tiene un inmueble para ofrecer estadía temporal (continua o discontinuamente), y otra que requiere un lugar donde hospedarse, se propone por parte del Gobierno Nacional, un Reglamento[6] donde se quiere establecer como se debe usar o no la propiedad privada, determinando qué es un alquiler de vacaciones y qué es un alquiler constante, según el número de días, lo que termina generando a parte de un exceso de regulación, una regulación en derechos como la libertad de uso de la propiedad privada, coartando así el mismo derecho fundamental a la libertad consagrado en la Constitución del 2008[7], y tal como decía Marx, solamente dentro de la comunidad con otros, todo individuo tiene los medios necesarios para desarrollar sus dotes en todos los sentidos; solamente dentro de la comunidad es posible, por tanto, la libertad personal (Han, 2015).

Luego no es lógico, que el Estado, aparte de imponer diferentes requisitos de carácter tributario, como los mencionados, más los administrativos, como los diferentes permisos que se deben obtener, uso del suelo, licencia de funcionamiento, inscripción de la actividad económica en el RUC, tasas bomberiles, registro sanitario, permiso de turismo y demás, deba ahora determinar que puede o debe hacer el individuo con su propiedad privada[8].

Como vemos las tendencias históricas de los países del common and civil law y la presencia del Estado en sus Economías es muy distante (Roe, 2006). A pesar de que el peso del Estado norte americano, tiene ciertas diferencias con las naciones más ricas del mundo esas diferencias no rompen con su tradición. Las naciones del common law son las que más gastan en regulación financiera. El common law en vez de ser una herramienta del Estado se encuentra de lado de los dueños de la propiedad privada, es decir, protege los derechos de la propiedad privada, tanto que se les protege a través de los jueces del common law y si ellos no lo hacen llevan a sus parlamentarios a promulgar un código de acuerdo a sus necesidades, siempre protegiendo sus intereses.

---

[5] file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/LEY%20REFORMATORIA%20PARA%20LA%20EQUIDAD%20TRIBUTARIA%20DEL%20ECUADOR.pdf

[6] Acuerdo No. 2019 039 del 31 de julio del 2019 para reglamentar el alojamiento en inmuebles para uso turístico en el Ecuador

[7] Artículo 66. 16. El derecho a la libertad de contratación.

[8] Artículo 8 del Acuerdo No. 2019 039.

Tiempo atrás los tribunales prohibían al Estado legislar en menos cabo de los derechos del propietario y la capacidad del congreso para legislar en temas económicos era bastante limitada, lo cual ha cambiado hoy en día, siempre que el poder legislativo adquiere cada vez más fuerza.

En el common law la presencia del Estado hoy es superior a lo que históricamente ha sido en el civil law, se ha inmiscuido prontamente en lo que fue el Siglo XX. Algunos creen que se dio tiempo después de finalizada la primera guerra mundial, ya que, a raíz de esta, la gente exigió más de su gobierno y el estado bienestar [welfare] creció, una intervención en la economía floreció de manera casi que necesaria en este tipo de países del common law, generando así una creación de normas reguladoras que casi que derivan en un sistema jurídico de origen latino.

La política económica moderna explica los mercados financieros modernos con más fuerza que los origines legales, entiéndase common y civil law, en el entendido que el neoliberalismo, como una forma de mutación del capitalismo, convierte al trabajador en empresario. El neoliberalismo, y no la revolución comunista, elimina la clase trabajadora sometida a la explotación ajena. Hoy cada uno es un *trabajador que se explota a sí mismo en su propia empresa.* Cada uno es amo y esclavo en una persona. También la lucha de clases se transforma en una lucha interna consigo mismo (Han, 2015). De aquí podemos comprender como el mercado financiero moderno, exige al individuo un mayor desarrollo en si mismo para poder emprender y generar renta de su propia fuerza de producción laboral, situación que el legislador debe entender y coadyuvar.

El origen legal se correlaciona tanto con el grado de separación de la propiedad en las grandes empresas de un país, como con la calidad de su derecho corporativo (*Separación de la propiedad entendida como el grado en que las grandes empresas de un país tienen dueños dispersos y no accionistas de control*) de esta forma se muestra la voluntad de personas ajenas a entregar sus inversiones a una entidad corporativa.

Pero no sólo el origen legal es el que se correlaciona con la solidez financiera, la intensidad en la regulación de la mano de obra explica mejor la separación de la propiedad corporativa del origen legal, que proporciona la base para una política económica.
Las políticas de finales del siglo XX pueden provenir de diferentes experiencias nacionales durante la primera mitad del siglo XX. Los mercados financieros se estaban desarrollando muy bien en los países de civil law hasta 1913, y la presencia del Estado no fue diferente entre los países de uno u otro origen. Sin embargo, el civil law estuvo presente en las naciones que sufrieron las ruinas intensivas de 1914 a 1945, con la mayoría de desbordamientos y ocupaciones militares. Este tipo de acontecimientos convulsivos destruyeron las instituciones, aniquilo las fundaciones sociales, y aumentó la inseguridad de los votantes para elegir a sus creadores de políticas.

Los hechos políticos de la posguerra en Europa Continental son claros: organizaciones políticas aplacando a los trabajadores con derecho a voto, con los líderes políticos a menudo convirtiendo a los mercados, pero no transformando a los gobiernos para movilizar capital y hacer atractivas la inversión de afuera. Y en Europa occidental y Asia oriental, la política típica de la posguerra fue ir a combatir el comunismo.

Lo importante para el origen legal (common law y civil law) es preguntarse cómo puede reforzase la ley corporativa creando mercados financieros, y como se evidencia que las reglas corporativas son las principales causas de buenos o malos resultados financieros corporativos.

El mercado no es la causa principal ni tampoco lo es la ley. Son las reglas de las corporaciones privadas en el modelo de la ley y las finanzas (teoría que va guiada por otras explicaciones sobre como el mercado financiero interactúa con la ley) las que van orientando un camino hacia como se van amoldando las instituciones del civil law y del common law; y cómo éstas van respondiendo a las necesidades económicas de cada Estado.

Los sistemas procesales modernos utilizan las reglas de preclusión o cosa juzgada, como mecanismos para asegurar la firmeza de los juicios y poner fin a la Litis. En el civil law hay una mayor posibilidad de iniciar un litigio que ya se encontraba precluido, mientras que en el common law existe un fuerte sistema de preclusión, en el que se busca evitar el alto índice de litigio por los altos costos que genera el proceso.

Frente a los daños masivos, acumulación de reclamaciones y el acceso a la justicia, se establece que conductas y procedimientos de las sociedades contemporáneas tales como: los contratos estandarizados, la amplia difusión de la información, la fabricación en masa de productos, entre otros, hacen que sea más factible que se vulneren o se perjudique a gran cantidad de personas en forma similar. Por otro lado, los mecanismos o soluciones para reivindicar tales vulneraciones son en ciertos casos poco prácticos, como el gran costo de los litigios, los desequilibrios de poder entre las partes en contienda, o el mismo desconocimiento de las normas por parte de los vulnerados y las soluciones públicas y acciones del gobierno tendientes a reivindicar tales falencias, pueden llegar a causar otros daños de manera masiva por ser discriminatorios o ir en contra vía de otras acciones. Es así como los sistemas judiciales deben propender e ir encontrando maneras efectivas de reparar los daños masivos mencionados.

De igual manera, cada país puede elegir cómo responder a los daños masivos causados, una de las formas es empleando las facultades legislativas, promulgando leyes con las cuales se busque indemnizar a las víctimas o afectados, con lo cual se evitan gastos litigiosos, tal es el caso de países como India y Japón. En cambio, en países como Estados Unidos prefieren facilitar los litigios por los particulares como es el caso de la denominada acción de clase (demanda colectiva) en la cual un grupo grande de personas en situación similar demandan al estado.

Es evidente la tendencia de los sistemas modernos de utilizar estrategias para hacerle frente a las denuncias masivas, en el caso de Japón por ejemplo limitan las acciones colectivas o de clase donde adopta una organización de demandas de consumidores que establece que no es una persona la que actúa como representante, sino una entidad que puede ser privada o pública y dicha organización debe tener una autorización del gobierno para actuar en este tipo de demandas ya que los individuos al no ser parte de los procesos, no pueden ser obligados por su resultado, limitando así las acciones colectivas y el acceso a la justicia.

Referente a las apelaciones, establece que es inherente a todos los sistemas, pero el procedimiento para acceder a ella varía según el sistema de estudio. Las diferencias se dan en tres aspectos: a) la estructura de los tribunales de apelación, b) el derecho de apelación, c) el alcance de la revisión, siendo el contraste más fuerte entre el civil law y el common law sus tribunales, ya que en el primero tales tribunales están constituidos por especializaciones o materias, mientras que en el segundo un mismo tribunal puede resolver o definir cuestiones de tipo penal, civil, etc. Por otro lado, apelación en una corte superior es una cuestión de derecho en los países del civil law, mientras que en los países del common law esta situación es más discrecional de los tribunales competentes.

La lucha contra los retrasos excesivos y el gran número de casos ha conllevado a que las reformas nacionales en algunos países están encaminados a reducir el volumen de casos de apelación en las altas cortes.

En Estados Unidos las apelaciones a los tribunales de mayor categoría dependen de la Corte Suprema que es altamente exigente al momento de seleccionar, en Inglaterra no existe recurso de apelación por razones de derecho. En países donde se aplica el common law no permiten que los tribunales que conocen de las apelaciones cambien hechos que fueron declarados probados por los tribunales de primera instancia, ni se permiten nuevas pruebas o alegatos. En cambio, en los países que aplican el civil law existe un tribunal intermedio el cual resuelve cuestiones de hecho y de derecho, también hay un tribunal de casación que considera solo cuestiones de derecho, mientras que los tribunales de revisión pueden sustituir la decisión por una nueva[9].

Ahora miremos cómo funciona el recurso de apelación en otros estados del mundo:

El derecho de oportunidad de una persona condenada a apelar, para que una instancia superior revise el fallo, su contenido sustantivo, factico y procedimental, entendiendo que los procesos penales no culminan con la sentencia condenatoria inicial.

El derecho de apelación, como principal forma de supervisión y rendición de cuentas de la labor de los operadores judiciales, está orientado a subsanar los yerros de los funcionarios, y propenden por la coherencia en el juicio, para que los jueces o tribunales profieran unos fallos más igualitarios, más justos, a través de la correcta aplicación de las reglas de evidencia, en procura de los derechos humanos.

El derecho de apelación ha tenido mayor importancia en los sistemas jurídicos penales modernos, en contraposición a las evidencias advertidas en el desarrollo histórico de las jurisdicciones comunes, o incluso dentro del mismo derecho civil.

Las apelaciones deben estar debidamente sustentadas o motivadas; el condenado debe ejercer el derecho en tiempo oportuno, identificando y explicando las inconformidades con el fallo, con base en la evidencia.

---

[9] Chase Oscar G. & Varano Vincenzo, "Comparative Civil Justice", The Cambridge Companion to Comparative Law, Cambridge University Press, 2012. Edited by Mauro Bussani and Ugo Mattei.

A pesar que el derecho de apelación es un derecho legal y constitucional contenido dentro de todos los sistemas jurídicos modernos, su interposición y procedencia se encuentra limitado, pues debe cumplir con ciertas exigencias o formalismos para su procedencia.

En algunos países, como Canadá y Estados unidos, el derecho de apelación se encuentra aún muy restringido, y su uso es permitido primordialmente al poder político y jerárquico, dependiendo del asunto y la falencia legal discutida.

En Francia, el alcance del derecho de apelación se concibe como un recurso que depende de la Corte a partir de la cual se interpone, donde se revisan los fallos condenatorios de los delitos más graves, así como se puede también recurrir cuestiones de derecho.

En Alemania las apelaciones son de pleno derecho contra todo juicio y al igual que en Francia el alcance de la revisión depende de la Corte en la que se interponga, siendo obligatorio para el recurrente identificar los motivos de la apelación reclamada.

En Italia, la apelación es una parte integral del proceso penal y es de pleno derecho en cualquier tribunal de primera instancia, aunado a que su Constitución garantiza el derecho de revisión en todos los casos que afecten la libertad personal.

En el convenio europeo el derecho a recurrir se encuentra regulado en el artículo 2 del Protocolo #7, en el que se propone un amplio grado de discrecionalidad en cuanto a las modalidades del examen de apelación, al igual que los motivos para su ejercicio. También los Estados tienen la facultad de imponer las restricciones que consideren adecuadas en el ejercicio del recurso, es decir, no están obligados a proporcionar un sinnúmero de oportunidades para apelar.

En Sudáfrica el derecho de apelar está garantizado como un componente del derecho a un justo juicio; el objetivo principal de la oportunidad de recurrir es reevaluar o corregir el error contenido en la sentencia, tendiendo a minimizar el riesgo de condenas equivocadas y el posterior fracaso de la justicia. En este sistema se advierte el esfuerzo establecido por el gobierno para reducir los costes asociados a la interposición de las apelaciones. El tribunal no podría reevaluar las condenas impuestas por alegaciones referentes a falencias en el procedimiento o en las pruebas anexas.

Nueva Zelanda ha establecido que toda persona declarada culpable por la comisión de un delito tiene derecho a apelar contra la condena o la sentencia; luego un derecho efectivo de apelación razonablemente interpuesto asegura la posibilidad de que se haga justicia en el proceso. A finales del siglo XX el derecho de apelación se convirtió en omnipresente en los dos sistemas de justicia penal federal y estatal.

La Carta Canadiense no garantiza explícitamente el derecho a apelar al ser visto como una vía excepcional; sin embargo, se puede apelar dependiendo de las circunstancias, ya sea por una cuestión de hecho o de derecho o mixta, motivo por el cual el escrito de apelación debe ser sustentado de manera detallada.

El derecho de apelación garantiza el derecho a un juicio justo y su objetivo es "garantizar la adecuada administración de la justicia."

No obstante, lo anterior, los Estados no tienen la obligación de garantizar que las condenas siempre sean revisadas por los tribunales superiores, pues su obligación es establecer un sistema de apelación, que se rige por procedimientos justos, que los acusados tienen la oportunidad de acceder, siendo responsabilidad de cada persona ejercer el derecho de conformidad con las normas que lo rigen.

CONCLUSIONES

En el sistema con origen legal en el civil law, se establecen mayor número de regulaciones de parte del legislador, hasta llegar a una sobre regulación en diversas materias específicas, lo cual hace más engorrosa la tarea de los pequeños y medianos empresarios al querer emprender con nuevos negocios, por la alta carga tributaria y burocrática.

Adicionalmente, vemos un legislador normando demasiados aspectos de la vida de los ciudadanos, hasta el punto, de coartar el derecho a la libertad sobre la propiedad privada, como vimos en el caso Airbnb.

A pesar que el derecho de apelación es tan importante y frecuente en el sistema penal, se le ha prestado muy poca atención académica y aplicación.

Las apelaciones desconocidas por muchos cientos de años ahora son una parte integral en casi todos los sistemas de justicia penal de derecho común, lo que antes era un abismo entre el derecho consuetudinario y el enfoque continental se ha reducido. Lo anterior se debe a: 1.) el avance tecnológico, 2.) el establecimiento del derecho de apelación como un derecho fundamental. y 3.) el énfasis de la oralidad procedimental penal.

REFERENCIAS

CARRETERO Pérez, Adolfo. Revista de Administración Pública. Numero 65: 1971. El principio de economía procesal en lo contencioso administrativo; pagina 101.

HAN, Byung-Chul, Psicopolítica Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. 1 edición, 4ª impresión, 2015. ISBN: 978-84-254-3398-6. Pagina 14.

Chase Oscar G. & Varano Vincenzo, "Comparative Civil Justice", The Cambridge Companion to Comparative Law, Cambridge University Press, 2012. Edited by Mauro Bussani and Ugo Mattei.

PIER D MARSHALL, Asistente de Abogado de la Corona, la Oficina Jurídica de la Corona, Nueva Zelanda. DUKE JOURNAL OF COMPARATIVE & INTERNATIONAL LAW Volume 22. A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RIGHT TO APPEAL. 2012.

ROE, Mark, "Legal Origins, Politics, and Modern Stock Markets". 120 Harvard Law Review 460 (2006).

Ley de Reforma Tributaria para la Equidad en el Ecuador, última modificación año 2018: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/LEY%20REFORMATORIA%20PARA%20LA%20EQUIDAD%20TRIBUTARIA%20DEL%20ECUADOR.pdf.

Acuerdo No. 2019 039 del 31 de julio del 2019 para reglamentar el alojamiento en inmuebles para uso turístico en el Ecuador.

Ley 1607 del 29 de diciembre del 2012. Congreso de la Republica de Colombia.

Ley 1739 del 23 de diciembre del 2014. Congreso de la Republica de Colombia.

SEC: Security and Exchange Commission. https://www.sec.gov/ https://www.sec.gov/rules/pcaob/2016/34-77787.pdf - Regulación específica para revelar información en compañías públicas.

http://ceiphistorica.com/wp-content/uploads/2016/04/Smith-Adam-La-Riqueza-de-las-Naciones.pdf.

Constitución de la Republica del Ecuador. Año 2008.

GLAESER Edward L. , SHLEIFER Andrei. *The Quarterly Journal of Economics*, Volume 117, Issue 4, November 2002, Pages 1193–1229.

ARMOUR John , Simon Deakin, Prabirjit Sarkar, Mathias Siems, Ajit Singh. Shareholder Protection and Stock Market Development: An Empirical Test of the Legal Origins Hypothesis. Volume52, Issue3. July 1997. Pages 1131 a 1150.

LA PORTA **Rafael,** Handbook of the Economics of Finance Volume 2, Part A, 2013, Pages 425-491.

Acemoglu, Daron, Simon Johnson, and James A. Robinson. 2001. "The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation." *American Economic Review*, 91 (5): 1369-1401

002. HACIA UN DIMENSIONAMIENTO DE LA RELACIÓN CONSTITUCIONAL ESTADO – PERSONA NATURAL EXTRANJERA: UNA SOLUCIÓN DESDE LA TEORÍA PARA EL LOGRO DE LA JUSTICIA MIGRANTE.

Odette Martínez Pérez*.

SUMARIO: Reflexiones Iniciales. I. La teoría de la relación jurídica en el *íter* hacia la delimitación doctrinal de la relación Estado – persona natural. 2 La relación jurídica Estado – persona natural. Un interludio ineludible. 3 La relación Estado – persona natural extranjera. Develando sus rasgos esenciales y estructura funcional. 1.3. 1. Rasgos esenciales de la relación Estado – persona natural extranjera. VII- Reflexiones finales. IX- Bibliografía.

Resumen: Este artículo realiza un análisis de la configuración doctrinal de la relación jurídica Estado – persona natural extranjera, con reflejo en las Constituciones.

Palabras claves: migración, derecho, extranjero.

Summary: This article analize the principals efects to the migration in the constitutional condiction for the foreigners.

Words principals: migration, rights, foreigners.

Reflexiones Iniciales.

Los procesos de movilidad internacional de la población son impactados por el fenómeno de la globalización, que ha provocado su incremento con relación a etapas históricas anteriores y ha modificado sus características, causas y consecuencias en las sociedades de origen y de destino; repercutiendo notablemente en esferas representativas de intereses estatales como la economía, la salud, el empleo, la seguridad de las fronteras y las relaciones internacionales.

En consecuencia, los Estados regulan los movimientos internacionales de población a partir de leyes que implementan las políticas migratorias y de extranjería, recrean escenarios desfavorables para los derechos de los inmigrantes y otras categorías de extranjeros y afectan bienes jurídicos imprescindibles para el desarrollo material y espiritual de los no nacionales en las sociedades de acogida. Como objetivo esencial, priorizan el control de la porosidad de las fronteras por encima de los derechos y garantías de los no nacionales, demostrando la incapacidad de sus economías para dar solución a los problemas sociales vinculados con la migración; en lo anterior influye, la carencia de una sistémica

---

* Odette Martínez Pérez. Licenciada en Derecho (2004). Diplomado en Administración de Justicia (2006), en Derecho Constitucional y Administrativo (2006) y Enseñanza del Derecho (2007). Máster en derecho Constitucional y Administrativo(2013) y Doctora en Ciencias Jurídicas(2013). Premio Nacional en trabajo científico de la Unión de Jurista de Cuba en el año 2005 y Premio a la mejor joven jurista de Cuba (2013). Asesora y Docente de Procuraduría Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

funcional en los ordenamientos jurídicos de extranjería y en las Leyes Superiores, que disminuye la posibilidad de acción de las garantías constitucionales para la protección de los foráneos.

Es por ello que los movimientos internacionales de población, especialmente las migraciones, comenzaron a constituir un punto prioritario en las agendas de discusión de diversas instituciones y autoridades, a nivel regional y mundial surgiendo normas internacionales que se enfocan en la tutela de los derechos de los migrantes, pero su apertura a interpretaciones, carencia de fuerza y la falta de armonización con la legislación interna, las hacen insuficientes para la protección de los derechos de los individuos.

Potenciando el rol de los Estados como ejes articuladores de los objetivos de la Comunidad Internacional y las sociedades, podrán ajustarse las estrategias macroeconómicas nacionales e internacionales, lo que contribuirá a solventar la dicotomía que existe entre los derechos de igualdad y libre circulación de los individuos y el principio de soberanía de los Estados en los procesos de ordenación de la migración al interior de los territorios estatales[10].

Al proyectar la regulación de la migración como encargo para las políticas públicas y comprender la necesidad de la organización sistémica del ordenamiento jurídico de extranjería, esta autora concuerda con los planteamientos que refieren que las problemáticas planteadas por los movimientos internacionales de población son sólo lidiables con un Derecho Constitucional cuyas relaciones garantistas sean capaces de coordinar sus exigencias en la esfera nacional e internacional[11], creando garantías y un modelo de derechos capaz de combinar aspiraciones universalistas con prácticas multiculturales y de otorgar coherencia y unidad al ordenamiento jurídico.

Es en el constitucionalismo democrático, puesto al servicio del desarrollo de la persona y del bien común de la sociedad, donde han de ponderarse los límites y alcance de los derechos, deberes y garantías de las personas naturales extranjeras, con relación a otros bienes jurídicos constitucionales

---

[10] En el criterio de autores como RAMOS CHAPARRO, este es un conflicto nuclear del Derecho contemporáneo en la medida en que la protección universal de la persona queda supeditada a la soberanía nacional, puesto que el Estado en el ejercicio de sus atribuciones es el que establece por vía de Derecho interno las condiciones y los requisitos para la adquisición de la nacionalidad. Esta tensión tiene su origen en dos líneas de pensamiento opuestas que confluyen en la gestación del proyecto jurídico-político de la modernidad: *a)* de un lado, la línea que se incardina en la corriente liberadora y humanista que constituye una de las constantes de la civilización occidental y que se materializa en las primeras Declaraciones de derechos, con antecedentes en la doctrina de los *iusnaturalistas* clásicos, y que desemboca en la Declaración Universal de Derechos Humanos; *b)* de otro, la tradición etnocéntrica europea no menos influyente y arraigada que considera a la civilización occidental como la civilización destinada a liderar el mundo, lo cual ha servido para justificar la dominación política, la explotación económica y la opresión cultural. *Vid.* RAMOS CHAPARRO, E*., Ciudadanía y Familia: Los Estados Civiles de la Persona*, Cedecs, Barcelona, 1999, pp. 228-229. Esta autora no coincide con el carácter irreconciliable que el autor atribuye a la contradicción, a partir de considerar la existencia de las corrientes que potencian el papel del Estado, la experiencia del nuevo constitucionalismo latinoamericano y el planteamiento de la Ley de la negación de la negación marxista.

[11] DE LUCAS, J., *El desafío de las fronteras. Derechos humanos y xenofobia frente a una sociedad plural*, Temas de hoy S.A., Madrid, 1994, p. 35.

fuertemente impactados por la movilidad internacional de la población, partiendo siempre de una interpretación finalista, que ajuste el servicio a la persona humana con el bien común.

Por ello, durante la regulación de los movimientos internacionales de población, debe tenerse como brújula, el equilibrio entre los derechos, deberes y garantías de los individuos y los intereses económicos, políticos y sociales del Estado que responden al interés colectivo. Debe tenerse en cuenta, que el ejercicio de los derechos se concreta en la convivencia societaria, por lo que constituye un asunto de interés individual y a la vez comunitario; los que cada individuo ejerce, tienen como límites el respeto al ejercicio de los derechos de los demás miembros de la sociedad y a los bienes jurídicos colectivos, que establece el texto constitucional en la perspectiva del bien común.

En consecuencia, Miguel CARBONELL[12], plantea que los constitucionalistas progresistas no pueden dejar al discurso conservador o de derecha, el tema de la seguridad nacional, es en el espacio de la seguridad pública donde deben reaccionar, estudiar y ponerse en función de la defensa de los derechos; especialmente en el caso de los extranjeros, a los que en ocasiones se imponen límites cargados de excesos de poder en nombre de la misma. Las Constituciones deben asumir su función como límites formales y materiales al poder político y ha de aplicársele la racionalidad de la ponderación, a las barreras que se establecen a los derechos reconocidos y protegidos constitucionalmente, en busca del equilibrio entre las razones de seguridad nacional y los derechos de las personas.

Teniendo en cuenta que los Estados constituyen actores imprescindibles para articular la legislación de extranjería, la necesidad de regular en las Leyes Fundamentales el reconocimiento y protección de las personas naturales extranjeras, de conciliar las instituciones y categorías de diferentes ramas del quehacer jurídico que se interconectan en la realidad social de la movilidad internacional de la población y de realizar propuestas que no se parcialicen a favor de los intereses de uno de los sujetos de las contradicciones expuestas *supra*; se devela la relación jurídica como modelo capaz para establecer o definir pautas de solución, al encontrarse organizada a partir de determinados principios como unidad en la norma jurídica, lo que facilita la tutela y reorientación de las relaciones sociales que juridifica[13]; sin dudas, el erigir presupuestos que favorezcan la adecuada regulación de los elementos que integran su estructura funcional en las Cartas Magnas, proporcionará en una medida significativa la sistematicidad necesaria al ordenamiento jurídico de extranjería, transformando no sólo la Ciencia que lo explica, sino la realidad social.

Por lo antes descrito, se impone una relectura de las relaciones jurídicas constitucionales y de las teorías que abordan los sujetos del Derecho Constitucional, lo que implica reevaluar sus cimientos; al respecto, las corrientes más novedosas del constitucionalismo enarbolan la necesidad de ampliar los

---

[12] *Vid.* CARBONELL, M., "Los retos del Constitucionalismo en el siglo XXI", AA.VV, *El Nuevo Constitucionalismo en América Latina. Memorias del Encuentro Internacional. El Nuevo Constitucionalismo. Desafíos y Retos para El Siglo XXI,* Corte Constitucional de Ecuador, Editora Nacional, Quito, 2010, pp. 53 y *ss*. También se pronuncia en este sentido, NOGUEIRA ALCALÁ, H., *Teoría y Dogmática de los derechos fundamentales*, UNAM, Serie doctrina jurídica número 156, México, 2003, pp. 247 – 317.

[13] Es claro que la ordenación de la relación jurídica no es suficiente como alternativa para gestionar los retos que comporta una sociedad con una presencia importante de población inmigrante o foránea, pero la ley establece el mínimo sin el cual no es posible la convivencia y eso es particularmente importante para transformar la realidad social. Sobre la función de la relación jurídica, *Cfr.* VALDÉS DÍAZ, C. *et al.*, *Derecho Civil. Parte General,* 2ª reimpresión, Félix Varela, La Habana, 2006, p. 96 y 117.

sujetos y el contenido de esta rama[14]; criterios a los que se suma esta investigadora, encontrándose nuevas barreras en el orden normativo, teórico e ideológico.

En el orden doctrinal, pueden localizarse como dificultades que retan las tesis anteriores, el hecho de que la relación jurídica escogida para esta investigación no se incluye dentro de los objetos de estudio de las cuatro ramas del Derecho que abordan el tratamiento al extranjero, a lo que se suma, la polisemia existente con respecto a la denominación y conceptualización del nexo entre el Estado de acogida y la persona natural extranjera en el ámbito público, además de las escasas referencias teóricas tocantes al contenido de la relación en lo que concierne al Estado como sujeto de la misma[15].

Por su parte, en el orden normativo es palpable la ruptura de la unidad y coherencia en los textos de las Constituciones y en los ordenamientos jurídicos de extranjería. Lo descrito responde en gran medida, a las barreras ideológicas que ha impuesto la primigenia concepción de las relaciones constitucionales en los autores de la época liberal, que influidos por una conciencia nacionalista, han jerarquizado y limitado el vínculo a la ciudadanía, restando importancia a la responsabilidad de los Estados en relación con los extranjeros.

Por ello, en este artículo se dimensionará los rasgos esenciales y estructura funcional de la relación jurídica Estado – persona natural extranjera sobre la base de un análisis doctrinal, histórico, exegético - jurídico y comparado.

Sea este trabajo una contribución con sugerencias plausibles para la protección y reconocimiento de los extranjeros en las Constituciones de los Estados nacionales, a partir de la siguiente premisa: "el constitucionalismo democrático, el constitucionalismo progresista, el constitucionalismo del siglo XXI, debe tener una aspiración cosmopolita. Un constitucionalismo encerrado en el Estado constitucional es un protoconstitucionalismo"[16].

---

[14] Sobre el nuevo *rol* del Derecho Constitucional, sus retos y características actuales, *Cfr*. DEL CABO, A. y PISARELLO, G., *Constitucionalismo, Globalización y Crisis del concepto de soberanía,* Publicaciones de la Universidad de Alicante, Alicante, 2000, *passím*; CARBONELL, M., "Los retos del Constitucionalismo del Siglo XX",*…cit.,* pp. 51-63; JÁUREGUI, G., "Estado, Soberanía y Constitución. Algunos retos del derecho", *Revista de Derecho Político*, número 44, Madrid, 1998, pp. 45- 76; DE LUCAS, J., *El desafío de las fronteras. Derechos humanos y xenofobia frente a una sociedad plural*,*… cit., passím*.

[15] Entre los propios estudiosos tampoco hay consenso en torno a los conceptos fundamentales, necesarios para el estudio del tratamiento jurídico a los extranjeros en su posición frente al Estado y utilizan indistintamente *status*, situación jurídica y condición jurídica, de las diferentes ramas del Derecho que han abordado los mismos, *Cfr.* CONTRERAS Vaca, F., *Derecho Internacional Privado*, Parte General, 3ª edición, Oxford, México, 1998, p. 89; VERDROSS, A., *Derecho Internacional Público*, Aguilar, Madrid, 1957, pp. 270-271; VALDÉS DÍAZ, C. (Coord.), *Derecho Civil. Parte general,…cit.,* p. 101; GARCÍA ENTERRÍA, E. y R. FERNÁNDEZ, T., *Curso de derecho* administrativo, parte 2,…*cit*., p. 245.

[16] CARBONELL, M.,"Los retos del Constitucionalismo del Siglo XXI", *Memorias del Encuentro Internacional. El Nuevo Constitucionalismo. Desafíos y Retos para el Siglo XXI*,…*cit*., p.51.

I. Consideraciones doctrinales sobre la estructura funcional de la relación Estado – persona natural extranjera.

Partiremos del examen de los principales modelos que han explicado "la relación jurídica" y se seleccionará uno, para adecuarlo a las características históricas de la relación Estado – persona natural extranjera sistematizadas en el epígrafe anterior, lo que permitirá establecer sus rasgos esenciales y elementos estructurales, logrando mayor solidez científica, al cotejarlos con las generalidades de los vínculos de ciudadanía.

1.- La teoría de la relación jurídica en el *íter* hacia la delimitación doctrinal de la relación Estado – persona natural.

La categoría relación jurídica, es una de las más tratadas por las diferentes corrientes filosóficas que han abordado el fenómeno jurídico y su análisis se vinculó a la teoría de los derechos subjetivos, su concepto fue introducido por SAVIGNY[17] en el siglo XIX, como respuesta a las nociones de los enciclopedistas e ilustrados que sostenían que el ordenamiento jurídico era una constelación de derechos subjetivos incondicionados, ilimitados y estáticos. El primero denominó su concepción "teoría clásica o intersubjetiva" y señaló como relación jurídica: "la que se establecía de persona a persona, determinada por una regla jurídica"[18].

En opinión de SAVIGNY, la relación jurídica surgió a partir de la necesidad que tenía el Derecho de impedir que las vinculaciones o relaciones intersubjetivas, se convirtieran en "obstáculos" que entorpecieran el desarrollo de la vida social, para ello se necesitaba que el ordenamiento jurídico limitara la actuación de los sujetos en interrelación, definiendo "espacios" fuera de los cuales no pudieran obrar con entera y absoluta libertad; los que se componían de una relación jurídica conformada por dos elementos: uno "material", constituido por el entramado social o económico que se producía en la realidad; y otro "formal", compuesto por el "halo" jurídico que revestía al primer elemento[19].

La crítica más importante a la teoría de este autor, compartida por esta investigadora, resalta como valoraciones negativas, su carácter individualista y la confusión entre la relación jurídica propiamente dicha y el derecho subjetivo, y como su aporte, el reconocer en ésta su esencia social e intersubjetiva[20]; por esto último, ha trascendido hasta la actualidad en el trabajo de disímiles tratadistas que la han

---

[17] Sobre el origen de la relación jurídica, *Vid.* GUZMÁN BRITO, A., "Los orígenes del concepto de "Relación Jurídica" ("Rechtliches Verhältnis"–"Rechtsverhältnis"), *Revista de Estudios histórico – jurídico*, número 28, XXVIII, s.e, Valparaíso, 2006, pp. 187 – 226.

[18] SAVIGNY *cit. pos* ESCOBAR ROZAS, F., *Contribución al estudio de la relación jurídica intersubjetiva* [en línea], disponible en:< http://www.pucp.edu.pe/dike/doctrina/civ-art40.pdfconsultado>, (consultada el 2011.05.25, 3:p.m.), p.2.

[19] *Ídem.*

[20] El carácter social de la relación fue resaltado años más tardes por otros autores, especialmente los marxistas. *Cfr.,* CAÑIZARES, F., *Teoría del Derecho*, Fascículo 2, Pueblo y Educación, La Habana, 1973, pp. 74; ENGELS, F., "Carta a José Bloch", Londres, 21-22 de septiembre de 1890, *Obras Escogidas,* 3t, tomo III, Progreso, Moscú, 1980, pp. 514. ALEXANDROV, N.G. *et al*, *Teoría del estado y del Derecho*, Ciencias Económicas y Sociales, México df, 1962, p. 318; FERNÁNDEZ BULTÉ, J., *Teoría del Estado y del Derecho*, Félix Varela, La Habana, 2005, p. 10; JAWITSCH, L.S, *Teoría General del… cit,* pp. 197 y ss; DIEZ PICAZO, L. y GULLÓN, A., *Sistema de Derecho Civil, volumen I,…cit,* p.16.

ampliado, entre los que se distingue DEL VECCHIO, quien acentuó la importancia que poseía la bilateralidad de la norma para la relación jurídica, al comprenderla como un nexo de varios derechos subjetivos, donde se entrelazan deber y derecho, reconociendo su carácter social y el vínculo bilateral derecho – deber entre los sujetos correspondientes[21].

Luego que la teoría clásica fuera dada a conocer por SAVIGNY, fue elaborada la de la interconexión por VON TUHR y LEHMAN[22]. Para este último, la relación jurídica no era sino aquella vinculación de la vida social que el Derecho consideraba "relevante" y que por este motivo, devenía en objeto de regulación positiva; mientras VON TUHR explicó que el derecho objetivo regulaba las relaciones humanas y asignaba a cada individuo una esfera de poder en la que su voluntad era determinante y para que esta esfera pudiese existir, era necesario que el Derecho impusiese deberes tendentes a su protección. En su opinión las relaciones jurídicas no resultaron entidades normativas abstractamente creadas, sino se refirió a ellas como relaciones "humanas" que el ordenamiento encontraba formadas y a las cuales únicamente les daba cierto efecto jurídico, agregando que se podían establecer entre personas y lugares; entre personas y cosas. Sin embargo, merecen una mirada más atenta, los autores que defendieron con posterioridad a las enunciadas, la teoría normativa de la relación jurídica, tales como CICALA, BARBERO, KELSEN, NAWIASKY y otros tratadistas.

Según CICALA[23], a partir de la elaboración de las teorías anteriores, la relación jurídica constituía un vínculo entre el individuo, el mundo exterior (conformado por los sujetos y las cosas) y el derecho subjetivo, el pilar sobre el cual se sostenía dicha relación, desde este punto de vista, se le hacía imposible explicar la conexión existente entre un sujeto de derechos y los derechos subjetivos de los cuales era titular. Consideró que la única forma de superar el obstáculo presentado era entender la relación jurídica como un vínculo gnoseológico entre el sujeto de los derechos y el creador de los derechos subjetivos que les correspondían a aquél, por lo que la definió como la vinculación existente entre cada uno de los individuos y el ordenamiento jurídico, al margen de las relaciones que aquéllos establecían entre sí, criterio que no ha sido compartido *a posteriori* por otros estudiosos y por esta investigadora[24].

En este sentido, NAWIASKY explicó que las normas de derecho objetivo dirigían a los sujetos hacia determinado comportamiento externo bajo sanción "coactiva" y en consecuencia, la relación jurídica vinculaba al sujeto gravado con el deber y al Estado, como autor de la norma[25]; en nuestra opinión, su visión superó al anterior, pero sólo por retomar la concepción de la misma como vínculo entre sujetos; no obstante, su teoría, las de CICALA y BARBERO, e incluso las de VON TUHR y LEHMAN, representaron a nuestro juicio, un retroceso con respecto a la premisa clásica.

---

[21] *Vid.* DEL VECCHIO, *Lecciones de Filosofía del Derecho*, Reus, Madrid, 1930, p. 193.

[22] LEHMAN *cit. pos* ESCOBAR ROZAS, F., *Contribución al estudio de la relación…cit.*, p. 3.

[23] CICALA *cit. pos* ESCOBAR ROZAS, F., *Contribución al estudio de la relación…cit.*, p. 4.

[24] De la misma manera, no está autora no se encuentra conforme con lo planteado por BARBERO, para el que la relación jurídica no era otra cosa que la vinculación existente entre -cada uno de- los individuos y el ordenamiento jurídico y las relaciones que aquéllos establecían entre sí no eran más que simples "relaciones de hecho".

[25] NAWIASKY *cit. pos* ESCOBAR ROZAS, F., *Contribución al estudio de la relación jurídica intersubjetiva… cit,* p. 5.

A la postre, KELSEN consideró la relación jurídica entre dos hechos, uno consiste en determinada conducta humana estatuida en forma de deber jurídico y otro como facultad, o sea, la relación no era lo enlazado, sino el enlace mismo y solamente podía hablarse de relación jurídica, cuando en el contexto del derecho objetivo, se divisaba, no una relación entre sujetos, sino más bien una relación entre "hechos" (supuesto y consecuencia) prevista por alguna norma jurídica[26]. Finalmente, puede apuntarse que la teoría normativa de la relación jurídica, trasciende por reconocer el carácter normativo de la misma y la bilateralidad de la norma como expresión del vínculo, a partir de la relatividad existente entre el tipo legal y la consecuencia jurídica de la propia norma.

Asimismo, SANTIAGO NINO[27] siguiendo la idea de KELSEN, explicó que la relación jurídica puede ser descrita poniendo el acento en la situación del beneficiario del deber jurídico, en vez de centrarse en la situación del sujeto obligado, usando la expresión "deber" y condiciona su presencia a la representación de la misma en la hipótesis **o supuesto de hecho** de una norma jurídica, la que indicará una correlatividad al producirse consecuencias jurídicas **entre derecho y deber**. A diferencia de otros tratadistas que se abordarán *a posteriori*, éste incluye la **norma** como uno de sus elementos, opinión que no comparte esta autora, al distinguir la norma como un requisito *sine qua non* para que haya relación jurídica y no un elemento de su estructura funcional.

Al producirse la primera "crisis" de la teoría de la relación jurídica, se realizó un intento por redefinir su estructura desde la tesis de la homogeneidad, creada por BAGOLINI[28], quien explicó que aquella no podía vincular dos elementos heterogéneos como eran, el deber jurídico y el derecho subjetivo; únicamente los derechos subjetivos "inversamente" colocados podían ser parte de una relación jurídica, porque los deberes jurídicos a ellos vinculados eran simples mecanismos. A nuestro juicio, esta tesis posee carencias en la lógica normativa porque, si bien es acertado señalar la reciprocidad del vínculo, este autor estableció criterios erróneos, en lo que respecta a las instituciones entre las que se establecía el mismo, al exponer que se comportaban de manera recíproca, derechos con derechos y no derechos frente a deberes.

Otro intento de reformular el concepto de relación jurídica lo constituyó la teoría de la complejidad, cuyo creador fue LÓPEZ DE ZAVALÍA[29], quien retomó la concepción de la correlación derecho – deber y señaló que la relación jurídica no era sino, un conjunto de conexiones unificadas, un vínculo entre un individuo y un ente exterior a él, considerando como fin, el primero y el segundo como medio; la relación que vinculaba a un individuo con otros y con cosas, estaba conformada por dos lados, el interno y el externo.

El lado interno difería según se tratará de relaciones personales o reales, las primeras, estaban constituidas por un vínculo jurídico, entre un sujeto activo que tenía un derecho y el sujeto pasivo que tenía un deber, además de otros dos enlaces, el del débito (*Schuld*) y el de la responsabilidad (*Haftung*); en las relaciones reales estaba compuesto por una conexión entre un sujeto y una cosa, aparte del de la

---

[26] *Vid.* KELSEN, H., *Teoría Pura del Derecho*, Losada S.A., Buenos Aires, 1951, pp. 74; *Teoría General del Estado*, *cit.,* p. 72 y 175.

[27] *Vid.* SANTIAGO NINO, C., *Introducción al análisis del derecho,* 2ª. edición ampliada y revisada, 12ª reimpresión, Astrea, Buenos Aires, 2003, p.67**.**

[28] BAGOLINI, *cit. pos* ESCOBAR ROZAS, Freddy, *Contribución al estudio de la relación jurídica intersubjetiva…cit.* , p. 13.

[29] *Vid.* LÓPEZ DE ZAVALÍA, F., *Derechos Reales*, tomo I, Zavalía Editor, Buenos Aires, 1989, p. 15.

responsabilidad. En cuanto al lado externo, éste se mantenía siempre constante, tenía una configuración unívoca y estaba conformado por un conjunto de conexiones que enlazaban al sujeto activo de los vínculos internos, con una pluralidad indeterminada de sujetos, que estaban sometidos al deber jurídico general de no transgredir los vínculos internos de toda relación jurídica. El lado externo constituía una consecuencia lógica y necesaria del lado interno, ya que el ordenamiento no podía instaurar determinado enlace -interno- y, a la vez, autorizar a todos a respetarlo.

La teoría de ZAVALÍA representó una ruptura positiva en los estudios sobre la relación jurídica, por su factibilidad para explicarlas, como expresión de las complejas relaciones sociales que se desarrollan al amparo de las diferentes ramas del Derecho entre dos sujetos y terceros. Partiendo de este paradigma desarrolló su teoría HOHFELD[30], la que fue corregida posteriormente por ALF ROSS, el primero, a partir de la lógica deóntica[31], describe la relación jurídica como conjunto de conexiones, que se desarrollan en cuatro parejas de conceptos básicos, correlativos y opuestos, entre los que se encuentran en la parte interna o de los derechos subjetivos: la pretensión, la potestad, la inmunidad y el privilegio; al mismo tiempo, la parte externa se integra por el deber, la sujeción, la incompetencia y el no derecho.

En esta línea de pensamiento, ROBERT ALEXY[32] explica los derechos subjetivos a partir de un modelo de tres grados y en uno de ellos describe los mismos como relaciones jurídicas; en igual sentido, LUIGI FERRAJOLI, desde su Teoría axiomatizada del Derecho, retoma elementos doctrinales de HOHFELD y KELSEN y siguiendo los parámetros de la relación deóntica, también construye la categoría de relaciones jurídicas conectando las modalidades y las expectativas[33], conceptualizándola como la relación que ocurre entre situaciones jurídicas activas, como los poderes y los deberes y situaciones jurídicas pasivas, como los derechos subjetivos y las responsabilidades"[34]; pero a diferencia de ALEXY, concibe la relación deóntica como predicados diádicos y no triádicos.

Para FERRAJOLI, la relación jurídica se encuentra refrendada en una norma jurídica, donde las modalidades (poderes y deberes) que tienen sus titulares, forman la parte activa e interna de la misma, a estas modalidades se oponen las expectativas (derechos subjetivos y responsabilidades), que constituyen el lado externo y pasivo de la relación; el sujeto (o titular) de la relación jurídica es el individuo al que son adscribibles (o imputables) modalidades y expectativas; en todos los casos, las relaciones tienen carácter universal (*omnium*) y/o absoluto (*erga onmes*), funcionando como sustento de todas las formas -jurídicas y extrajurídicas- de solidaridad y como garantías en sí.

A la luz de esta teoría pueden definirse como elementos de las relaciones jurídicas: los sujetos, que son las personas jurídicas o físicas, que constituyen los titulares de las normas que regulan las modalidades

---

[30] *Vid.* MARTÍNEZ ROLDÁN, L. y FERNÁNDEZ SUÁREZ, J., *Curso de Teoría del…cit*, pp. 178-184.

[31] *Vid. Enciclopedia*, Salvat, volumen XIV, 2004, p. 456.

[32] *Vid.* ALEXY, R., *Teoría de los Derechos Fundamentales*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1993, pp. 201-210. Por su parte, MORALES VITERIS, propone una reformulación crítica de la teoría de Alexy, vinculándola a los derechos, a partir de la tensión existente entre derechos humanos y democracia; *Vid.* MORALES VITERIS, J. P.," Democracia sustancial. Sus elementos y conflictos en la práctica", *Neoconstitucionalismo y Sociedad*, Misterio de Justicia y Derechos Humanos, Quito, 2008, p.119.

[33] *Vid.* FERRAJOLI, L., *Expectativas y Garantías. Primeras Tesis de una Teoría Axiomatizada del Derecho,* Editado por L. Lombarda, Adriática, Bari, 1988, p. 246.

[34] Sobre la teoría de la relación jurídica desarrollada por este autor, *Ídem*, pp. 246 y ss.

y las expectativas y el vínculo jurídico, que debe establecerse entre las situaciones activas (modalidades) y las situaciones pasivas (expectativas), de forma coordinada y correlativa. Se entiende como modalidades, los comportamientos que en forma de poderes gozan los titulares (deberes y derechos subjetivos, como poderes), mientras que las expectativas son los comportamientos que en correspondencia con esas modalidades poseen los mismos sujetos o terceros, en forma de derechos subjetivos y responsabilidades, esta última, entendida como sanción.

Conforme a lo expuesto, el filósofo entendió como poderes, aquellas modalidades de derechos subjetivos[35] reconocidos por el ordenamiento jurídico y estructurados de manera unitaria, que les permiten a las personas adoptar una serie de posibilidades de obrar, presentándose como conjunto de facultades o potestades agrupadas de forma armónica. Por otra parte, son deberes, las modalidades que existen ante un derecho e implican la responsabilidad como expectativa y posibilidad de sanción[36]; téngase en cuenta, que en la teoría de FERRAJOLI, los derechos subjetivos entendidos como expectativas, o sea, facultades y potestades, se diferencian de los que también son comprendidos como modalidades en forma de poderes.

Definidos *a priori* los elementos de la relación jurídica, es preciso describir los vínculos en el contenido de su estructura funcional, haciendo énfasis en su lado interno, *v. gr:* a los poderes de un sujeto A, le corresponden los deberes de un sujeto B (en el esquema de posiciones, los derechos se colocan horizontalmente a los deberes, nada obsta, que conjuntamente con B estos deberes obliguen a terceros, constituyéndose en un sujeto colectivo), estos poderes de A poseen una garantía para su disfrute en la responsabilidad de B, que como posibilidad de sanción gravita sobre los titulares del deber, (en el esquema de posiciones, la responsabilidad se coloca verticalmente a los deberes y en diagonal a los poderes); a su vez, los derechos subjetivos de A, son la posibilidad de acción que tiene A como titular de los poderes para resguardarlos frente a B, con el fin de garantizar los primeros (en el esquema de posiciones, los derechos subjetivos se colocan de forma vertical con respecto a los derechos y diagonal con los deberes); al encontrarse en una relación dinámica y recíproca, el vínculo puede describirse en sentido contrario (véase el anexo III, figura número uno).

En la teoría de FERRAJOLI esta autora distingue algunas falencias; el filósofo no tiene en cuenta que las relaciones entre el Estado y el individuo están matizadas por el poder del primero, al reconocer la plena igualdad de los sujetos que intervienen en la misma; igualmente, niega la directa aplicabilidad de la Constitución[37], al circunscribir las normas constitucionales a las expectativas y desconocer su posibilidad para constituirse en modalidades; tampoco debió asimilar teóricamente poderes y derechos subjetivos,

---

[35] Sobre los derechos subjetivos, *Cfr*. SORIANO, R, *Compendio de Teoría General del Derecho*, 2ª. edición corregida y aumentada, Ariel, Barcelona, 1995, pp. 170-211; FERRAJOLI, L., *Expectativas y Garantías. Primeras Tesis…cit.*, p. 248; KELSEN, H., *Teoría...*cit., p.87; CAÑIZARES ABELEDO, D., *Teoría General del Estado…cit.,* pp. 323 y ss.

[36] Para consultar la visión de FERRAJOLI en relación a los deberes y las responsabilidades como expectativas, *Vid.* FERRAJOLI, L., *Expectativas y Garantías…cit*, p. 250.

[37] FERRAJOLI, explica que las Constituciones "constituyen, por así decirlo, utopías de derecho positivo, que a pesar de no ser realizables perfectamente, establecen de todos modos, en cuanto derecho sobre el derecho, las perspectivas de transformación del derecho mismo en dirección de la igualdad en los derechos fundamentales"; *Ídem*, p. 263. A nuestro juicio, con esta valoración el autor menosprecia el carácter normativo de la Constitución y sólo advierte el carácter programático de la Constitución, lo que no es correcto.

sobre estas definiciones no hay consenso científico y los autores tratados poseen nociones distintas y constituye un agnosticismo del mismo, suponer que los sentimientos de obligatoriedad con los que cada sujeto, advierte las obligaciones y prohibiciones correspondientes a las expectativas de otros, se encuentran vinculados con el sentimiento recíproco de confianza en la satisfacción de las propias expectativas por parte de los demás.

A pesar de la crítica, nada demerita la forma en que este autor explica el vínculo relacional entre sujetos, útil ante la existencia de relaciones sociales complejas, donde el ordenamiento jurídico y en especial, leyes como la Constitución, establecen no sólo efectos para las relaciones que juridifican, sino crean obligaciones en una misma relación con respecto a terceros, explicando cómo opera el carácter *erga omnes* de los derechos; lo que se colige porque si bien el autor no reconoce los predicados como triádicos, a la manera de ALEXY, tampoco caracteriza los sujetos, más bien los describe como universales y el vínculo *per se*, se concibe a partir de comportamientos, donde los titulares se establecen en función de los mismos, sin detallar sus características, lo que permite además explicar las conexiones en cualquier rama del Derecho; asimismo, la manera en que se representan en su teoría los impregna de garantismo.

Ciertamente, en los modelos presentados se ha colocado a la relación jurídica como concepto clave dentro de teoría del Derecho; desde su amplio abordaje se sistematizarán sus características[38], mientras la estructura funcional se explicará a partir de la teoría de FERRAJOLI, por las razones aludidas anteriormente; distinguiéndose como generalidades de la relación jurídica las siguientes:

- Su carácter social;
- se encuentra regulada como una unidad en la hipótesis de la norma jurídica, cuya consecuencia es una sanción o el nacimiento, modificación o extinción de derechos, deberes y garantías;
- la hipótesis de la norma que la describe se compone de un hecho o conjunto de hechos, cuya realización se asocia con una determinada consecuencia jurídica, condición *sine qua non* para que exista; este **hecho** condicionante, puede ser **de la naturaleza** o los llamados estados, situaciones o calidades[39];
- la naturaleza de la relación jurídica puede ser declarativa o constitutiva[40];

---

[38] *Cfr*., FERNÁNDEZ BULTÉ, J., *Teoría del Estado y del Derecho. Teoría del Derecho… cit,* pp.131-140; SANTIAGO NINO, C., *Introducción al Análisis del derecho,… cit*, p.67; CAÑIZARES ABELEDO, D. Fernando, *Teoría del Derecho… cit*, pp. 131-136; APARISI Angela; LÓPEZ Francisco; DE LUCAS, J., VIDAL, E., "Personalidad jurídica y capacidad de obrar", AA.VV, *Introducción a la Teoría del Derecho*…, pp. 220 y 221; JAWITSCH, L.S, *Teoría General...cit.*, pp.119 y ss; DIEZ PICAZO, L. y GULLÓN, A., Sistema de Derecho Civil…*cit,* p. 47; PUIG FERRIOL, L., GETE ALONSO Y CALERA, M. del C., GIL RODRÍGUEZ, J., HUALDE SÁNCEZ, J, *Manual de Derecho Civil,* tomo I, Marcial Pons, Madrid, 1997, pp. 45 y ss; VALDÉS DÍAZ, C., (Coord.), *Compendio …cit.*, pp. 134 y ss.

[39] Esta relación jurídica es fuente del status jurídico. *Vid.* PERAZA CHAPEAU, J. (Comp.), *Selección de lecturas de Derecho Constitucional*,…cit., pp. 192- 194.

[40] *Cfr.* DEL VECCHIO, G, *Filosofía del Derecho*, revisado L. Legaz y Lacambra, 9ª edición, Bosch, Barcelona, 1991, p. 401; REALE, M., *Introducción al Derecho,* traducción J. Brufau Prats, 10ª edición, Pirámide, Madrid, 1993, p.182.

- su concepción como unidad en la norma, permite organizarla con arreglo a determinados principios, que ponen coto a su extensión social, características y estructura; destacándose, como función social de la relación jurídica, la de tutelar las relaciones sociales que juridifican[41].
- su origen lo constituyen hechos voluntarios e involuntarios, materiales o por lo menos exteriorizados, que afectan a las personas y que pueden autorizar o prohibir conductas, y por tanto producir determinados efectos"[42].

Los elementos que integran la estructura de la relación a partir del modelo seleccionado son:

- Los sujetos, titulares de las **modalidades** y **expectativas**; individuales o colectivos[43], indistintamente, que toman cuerpo bien en personas naturales o jurídicas.
- E**l contenido de la relación que son las modalidades y expectativas en un espacio de tiempo determinado**[44].

Una vez caracterizada la relación jurídica y fijados los elementos que integran su estructura funcional, se reitera que en cada rama de los estudios jurídicos se definen las relaciones sociales que regula el Derecho y a pesar de la fuerte tradición socio – histórica acerca de la normación constitucional del status del extranjero, no resultan abundantes los análisis teóricos sobre la relación jurídica Estado – persona natural extranjera, atisbos de su estudio se encuentran en la obra de especialistas, que si bien no la abordaron de forma expresa, admitieron al extranjero como sujeto de una relación Estado – persona natural**.**

1. 2 La relación jurídica Estado – persona natural. Un interludio ineludible.

Puede afirmarse que los estudios sobre el vínculo entre el Estado y los individuos que se hallaban en su territorio, fueron referenciados por primera vez en la obra de GROCIO[45], quien nombró *alienae temporari* a las personas naturales que no eran miembros de determinados Estados y se encontraban bajo su

---

[41] *Vid. supra*, nota al pie, número 10.

[42] *Vid.* **ROGUIN**, E, *Las reglas Jurídicas*, La España Moderna, Madrid, 1959, p. 50.

[43] *Vid.* GUERRA, S., *Direito Internacional...cit.,* p. 315; VEGA VEGA, J., *Cuba. Su Historia Constitucional*…, *cit*. p.190.

[44] Algunos autores indican como contenido de las relaciones jurídicas los derechos y deberes, otros autores partidarios de la teoría clásica intersubjetiva señalan como elemento la causa, concebida como la que origina la relación, el objeto mediato que es el fin protegido y el objeto inmediato o contenido. También fueron identificados como elementos de la relación por otros doctrinarios partidarios de la teoría de **HOHFELD, e**l **objeto, calificado por SANTIAGO NINO, como el objeto del derecho que** puede ser una **cosa** o una **prestación humana** que se subordina a los sujetos de derecho o partes por su valor de utilidad, es para el sujeto activo, el contenido de su facultad o derecho; y para el sujeto pasivo es el contenido de su deber (dar, hacer o no hacer respecto del objeto de la relación)**.** *Vid. supra*, nota al pie, número 167.

[45] Sobre las concepciones de GROCIO, *Cfr.* TRUYOL Y SERRA, A., *Historia del Derecho Internacional Público* [en línea], disponible en: <http/www.fd.uo.edu.cu/asignaturas/biblioderecho/derechointernacionalpublico>,(consultada el 12/02/2009, 3:p.m.), pp. 9, 10,11; GÓMEZ ROBLEDO, A., *Fundadores del Derecho Internacional Público,* Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México d.f, 1989, pp. 8-41.

soberanía, igualándolos a los súbditos en la sumisión a las leyes; criterio al que más tarde se sumaron filósofos como ROSSEAU[46], NEWMAN[47] y posteriormente HAURIOU[48], quien reconoció como cualidad del Estado cívico, la relación jurídica con carácter universal entre el Estado y las personas, definiéndola como la relación de deberes de asistencia y prestación entre éste y sus miembros, sin que hubiere de distinguirse entre ellos ningún individuo por el *status* de ciudadano o no.

Posteriormente, discurren los análisis de ARELLANO GARCÍA[49], que desarrolló la teoría de la relación jurídica de garantía individual en la Constitución y la explicó como aquella donde el Estado se obliga a ejercer sus potestades frente al gobernado, ciudadano o extranjero, respetando los derechos fundamentales que el hombre debe gozar para el desenvolvimiento de su personalidad y estableciendo las obligaciones de los individuos ante el primero, de modo que se haga posible la vida en sociedad. Esta autora estima que su teoría resultó un avance con respecto a las examinadas anteriormente y a las tendencias de su época, el valor de la misma radica en la identificación manifiesta de la relación como vínculo, sus sujetos y contenido, carácter garante y su inclusión en las Leyes Superiores.

El tema es retomado por estudiosos contemporáneos[50], los que señalan las obligaciones estatales de garantizar, reconocer y proteger los derechos de todas las personas que se encuentren en el interior de su territorio, sin importar su calidad de nacional o extranjero, ni la legalidad de su *status*; entonces la soberanía genera una relación persona-autoridad con obligaciones recíprocas; en estos autores, es atinado destacar su visión sobre la correspondencia de deberes entre los sujetos y la determinación de la soberanía como vértice de la misma.

Teniendo en cuenta las características de la relación jurídica sistematizadas en el epígrafe anterior, y el criterio de los autores precedentes, se delimitan como rasgos esenciales de la relación Estado – persona natural los siguientes:

- Son relaciones sociales que, por su trascendencia para la estabilidad del Estado y la sociedad, se regulan constitucionalmente al encontrarse vinculadas a intereses esenciales del Estado, como la economía, el orden social, la reproducción del sistema político, las relaciones internacionales y la protección del individuo[51];

---

[46] *Vid.* ROUSSEAU, J. J., *El contrato social o principios del derecho político*, [en línea], disponible en:<http/www.fd.uo.edu.cu/ biblioderecho/librosnuevos/>, (consultada el 2011.06.21, 3:p.m.), pp. 11- 25.

[47] *Vid*. DE NEWMAN, L., *Derecho Internacional Público Moderno*, Agustin Arial impresor, Madrid, 1926, p. 67.

[48] *Vid.* HAURIOU, A., *Derecho Constitucional e Instituciones políticas*, traducción de J. A. González Casanova, Ariel s. a., Barcelona, España, 1971, pp. 17- 44.

[49] *Vid.* ARELLANO GARCÍA, C., *Derecho Internacional Privado,* 13ª edición, Porrúa, México, 1999, p.89.

[50] La autora de esta investigación realizó una rigurosa búsqueda en los textos de Derecho Constitucional, Internacional Público y Privado, Administrativo, Civil General y Filosofía del Derecho, lo que se avala en la bibliografía de esta obra, que permitió llegar a concluir que solo en estos autores y los mencionados anteriormente se abordo el tema. *Vid. supra*, nota al pie, número 14.

[51] *Apud*. PERAZA CHAPEAU, J., *Derecho Constitucional General…cit.*, p.32.

- son recíprocas y dinámicas[52];
- se inician a partir de un hecho jurídico o **de la naturaleza, como el nacimiento de los seres humanos en determinado territorio, la naturalización, el parentesco con ciudadanos de determinados Estados y el ejercicio del poder político de los Estados sobre los individuos, que se materializa en sus actos de imperio, en ocasión de trasladarse a los espacios territoriales de los mismos o en sus representaciones diplomáticas o consulares en el exterior**[53];
- su naturaleza es constitutiva porque la persona natural comienza a poseer derechos, deberes y garantías, al ponerse en contacto con la soberanía del Estado;

La determinación de los elementos de la relación Estado – persona natural o relación Estado – individuo, es una cuestión que ha dividido el criterio de los autores. Una primera tendencia[54], circunscribe los sujetos de esta relación jurídica a los ciudadanos y se llega a reconocer la misma en exclusividad de estos. Otra amplía los sujetos de esta relación, a todos los individuos que se encuentran en el territorio de un Estado, considerando la visión que posee estos autores de la Carta Magna y de los derechos.

Tomando como sustento los estudios sobre el *status*, la condición jurídica, la situación jurídica y la relación Estado – individuo, se fijaron en su contenido, los derechos y deberes; notándose la ausencia de referencias doctrinales con respecto a las funciones del Estado y a las garantías de las personas naturales. En nuestra opinión, es la evidencia de un falso concepto de igualdad, para explicar la relación Estado – individuo, como un vínculo de sujeción, resaltando el carácter clasista y de poder que poseen las mismas.

Con el fin de desentrañar la polémica planteada en función de este trabajo, se escoge sólo a los efectos de describir los elementos estructurales de la relación Estado-persona natural el modelo de FERRAJOLI, atendiendo a las ventajas planteadas en el epígrafe anterior y especialmente, las relacionadas con la estructura esbozada de la relación jurídica y sus vinculaciones, lo que permite resolver la polémica entre aquellos que consideran al sujeto que interactúa con el Estado como colectivo u otros que lo comprenden individual[55]; por otra parte, la dinamicidad, reciprocidad,

---

[52] *Apud.* FERRAJOLI, L., *Expectativas y…cit*, p. 248.

[53] Los teóricos, respecto a los hechos que originan la relación pueden subrayarse, los hechos voluntarios e involuntarios, materiales o por lo menos exteriorizados y que afecten a dos o más personas, hechos que pueden autorizar o prohibir, y por tanto producir determinados efectos. *Vid. supra*, nota al pie, número 167.

[54] Los siguientes autores circunscriben la relación entre el Estado y el ciudadano, *Cfr.* ALONSO de, A., *Derecho Constitucional Español*, Universitas, Madrid, 1996, pp. 23- 26; BADENI, G., *Tratado de Derecho Constitucional*, tomo II, 2ª. edición, La Ley S.A., Buenos Aires, 2006, p. 963; GUASTINI, R., *Derecho Constitucional*, Centro de Investigaciones Jurídicas, México d.f, 2001, p. 48; PÉREZ ROYO, J., *Curso de Derecho Constitucional…cit.,* p. 45; *Vid supra*, otros autores en la nota al pie número 12.

[55] Para constatar la polémica referenciada, *Cfr.* PRIETO VALDÉS, M., *A propósito de la ciudadanía en Cuba*, *Revista Areito,* volumen 5, número 17, segunda época, enero 1995; BAUZA CALVIÑO, Olaguer C, *La doble nacionalidad en la legislación mexicana*, OGS Editores, México, 2001, p. 740; SOUZA DEL OLMO, F., *"A nacionalidade a situaçao juridica do estrangeiro",* GUERRA, S. (Coord.),

garantismo y universalidad del sujeto destacado en el axioma del autor, recrea la postura del constitucionalismo moderno, que reconoce en la misma una relación de poder y de carácter político, pero la plantea también como recíproca y garantista.

Además, se ha observado para describir su estructura, los rasgos esenciales explicados desde el criterio de diversos autores estudiados, así como las falencias señaladas a la concepción de FERRAJOLI, con el objetivo de que las mismas no nos precipiten hacia un error; detallándose como sus elementos:

- Los sujetos, considerando tales al Estado y a las personas naturales[56], ciudadanos, extranjeros y apátridas.
- **Las modalidades y expectativas de la normativa constitucional en un espacio de tiempo determinado.**

Respecto a las personas naturales, en la normas constitucionales vigentes, **se sitúan** aquellas modalidades atribuibles a las personas físicas que se encuentran en el territorio de determinado Estado, en forma de derechos, deberes y garantías, las últimas, se ubican en la misma posición que los derechos en el esquema relacional y funcionan con carácter alternativo e interdependiente a estos.

A tenor con lo anterior, la modalidad "derecho"[57] es: "el conjunto de valores éticos, culturales, sociales, económicos y jurídicos que por consenso de la comunidad de naciones, constituyen los

---

Tratado de Direito Internacional,…cit, p.315; JIMÉNEZ DE ARECHAGA, E. *et al.*, *Derecho Internacional Público*, 2ª. edición, Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo, 1977, pp. 32-45.

[56] *Cfr.* ZHIDKOV, O., V. CHIRKIN Y YU. YUDIN, *Fundamentos de la teoría socialista del Estado…cit.*, p. 78; VALDÉS DÍAZ, C. *et al., Derecho civil…cit.,* p. 24; LLAMBIAS, J. J., *Tratado de derecho civil. Parte general,* tomo I, 16ª. edición, Perrot, Buenos Aires, 1995, p. 245; DE CASTRO CID *et al., Nuevas lecciones de teoría del derecho*, Universitas, Madrid, 2002, pp. 283-288; ARA PINILLA, *Teoría del derecho*, Taller ediciones JB, Madrid, 1996, pp. 347-351 y pp. 351-352.

[57] Para ampliar sobre los derechos, concepto, diferentes clasificaciones, límites y limitaciones *Cfr.* ALEXY, R., *Teoría de los Derechos Fundamentales,…*cit., *passím*; CORREA, O., *Acerca de los derechos humanos. Apuntes para un ensayo,* Coyoacan S.A., México df, 2003, *passím*; AA.VV, *Los fundamentos filosóficos de los derechos humanos,* Serbal S.A., España, 1985, *passím*; FERRAJOLI, L., *Derechos y garantías…cit.*, *passím*; ÁLVAREZ CONDE, E., *Curso de Derecho Constitucional,* volumen VI, Tecnos S.A., 1992, p. 45 y *ss*; PECES BARBA, G., *Deberes y Derechos Fundamentales,* Centro de Estudios Constitucionales, 1993, *passím*; NIKKEN, P., "Sobre el concepto de Derechos Humanos", *Revista del Seminario sobre Derechos Humanos*, Instituto Interamericano de Derechos Humanos, San José, Costa Rica, 1997, pp. 39-41; FERNÁNDEZ BULTÉ, J., "Enfoque Constitucional Cubano de los Derechos Humanos y su Protección", *Ídem,* pp. 129-134; DE CASTRO CID, B., *Reconocimiento de los Derechos Humanos*, Tecnos, Madrid, 1982, *passím*; SOBERANES FERNÁNDEZ, J. L., *Sobre el origen de los Derechos Humanos*, Memorias del postgrado impartido en Santiago de Cuba, febrero del 2011; VILLABELLA ARMENGOL, C., "La Axiología de los derechos humanos en Cuba", PRIETO, VALDÉS, M. y PÉREZ, HERNÁNDEZ, L.,

ideales correspondientes a una etapa dada de desarrollo histórico y a ese fin se han consagrado en documentos jurídicos, es el conjunto de facultades, instituciones y prerrogativas que en cada momento histórico concretan las exigencias de la dignidad, la libertad y la igualdad humana, las cuales deben ser reconocidas positivamente por los ordenamientos jurídicos“[58].

En este informe de tesis se realizan algunas valoraciones, tomando como referente metodológico, la clasificación de la modalidad “derecho“ referida a su contenido o esencia, o sea, se nombrarán derechos civiles, políticos, económicos, sociales, culturales y derechos de la solidaridad, añadiéndose los derechos optativos constitucionalizados, que consisten en la posibilidad de servirle o cumplir un deber, que el Estado otorga a determinado extranjero sin contravenir las obligaciones con el Estado de ciudadanía y los principios del Derecho Internacional; téngase en cuenta que la clasificación de los derechos no significa la jerarquización de unos y otros.

Otra institución asimilada como modalidad en esta relación jurídica son los “deberes”, con amplia controversia para su definición, se toma como referente para su identificación en esta investigación, la noción de los mismos que expusiera el Tribunal Constitucional español en su sentencia número 160, del 27 de Octubre de 1987, cuando afirma que: “los deberes constitucionales o sub constitucionales (…) se hacen imperativos ya sea por un mandato directo y concreto de la Constitución, o bien de la interpretación global y unitaria del espíritu de la misma“[59]. Sin enumerar taxativamente los mismos y con un ánimo generalizador, han de mencionarse, los deberes tradicionales: el de defender la patria para los ciudadanos, de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos y el respeto a la Constitución y las leyes. Junto a estos en los últimos tiempos se reitera la necesidad de incluir, el deber de proteger el medio ambiente; en el nuevo constitucionalismo latinoamericano, como ya se expuso anteriormente, se han recogido de forma expresa otros que se habían mantenido implícitos en los textos constitucionales o que han sido tradicionalmente incluidos en los Códigos de ética de los funcionarios públicos y gremios profesionales, también se han establecido derechos como deberes para reforzar su cumplimiento, se han elevado a rango constitucional algunos propios de relaciones jurídicas de otras ramas del Derecho, como la de familia y finalmente se han establecido algunos provenientes de las culturas de los pueblos originarios.

Del mismo modo, “las garantías” son modalidades que se comportan como medios que las Leyes Fundamentales ponen a disposición de las personas para sostener y defender sus derechos frente a las autoridades, los individuos y los grupos sociales y sin las cuales, el reconocimiento de estos últimos será un simple catálogo de buenas intenciones[60]. Se trata de un sistema de

---

Temas de Derecho Constitucional…cit, pp. 291-300; RAIMUNDO TORRADO, F., *Derechos Humanos en Cuba*, Editora Política, La Habana, 1988, *passím*.

[58] PÉREZ LUÑO, E., *Derechos Humanos, Estado de Derecho y Constitución*, Tecnos, Madrid, 1974, p.25.

[59] Sentencia número 160, del 27 de Octubre de 1987, ESPAÑA. TRIBUNAL CONSTITUCIONAL ESPAÑOL [CD] Los derechos humanos y las libertades, Tribunal Constitucional Español 1980 – 1990.

[60] Sobre la concepción y las clasificaciones de las garantías, *Cfr.* PÉREZ ROYO, J., “Del derecho político al derecho constitucional: las garantías constitucionales“, *Revista del Centro de Estudios Constitucionales*, número 12, 1992 , pp. 233-249 [en línea], disponible en:<http://dialnet.unirioja.es/servlet/artículo? código= 55618>, (consultada el 2012.02.25,

garantías normativas o abstractas, institucionales (jurisdiccionales o no) y sociales en estrecha relación entre ellas[61]. Las garantías jurisdiccionales, consisten en la reparación de una violación por tribunal competente; a su vez, pueden ser ordinarias, que son los procedimientos para la defensa de los derechos ante la jurisdicción ordinaria y extraordinarias, son las establecidas ante órganos especiales. También pueden mencionarse las garantías no jurisdiccionales, que tienen lugar fuera de la vía judicial ante determinados órganos como la Defensoría del Pueblo y el Ministerio Fiscal, las garantías normativas o abstractas que no constituyen mecanismos especiales para solucionar las violaciones específicas de los derechos humanos, sino, que se presentan en el propio cuerpo de la norma constitucional para proteger su texto, entre estas se encuentran: la reserva de ley, la cláusula de progresividad, el contenido esencial, la rigidez constitucional y el carácter directamente aplicable que presentan las Constituciones[62].

Definidas las modalidades establecidas constitucionalmente para las personas naturales, se deben precisar aquellas que se adjudican a los Estados. En este sentido, una de las primeras posturas sobre el tema[63], apuntó que en su territorio los mismos poseían derechos y deberes internos, que se vinculaban a su actividad en la Comunidad de Naciones, tales como el derecho de jurisdicción, seguridad, conservación y defensa; a lo que posteriormente se opuso KELSEN[64], al considerar que la primigenia idea de los derechos y deberes del Estado, permitía evadir la responsabilidad a los funcionarios públicos por el incumplimiento de la ley en el ejercicio de sus cargos y que derechos y deberes sólo tenían las personas naturales, criterio que tuvo gran aceptación entre los teóricos de la época y otros contemporáneos[65], que explicaron la actividad

---

3:00pm); BADENI, G., *Tratado de Derecho Constitucional*, tomo II, 2ª edición, actualizada y ampliada, La Ley S.A., Buenos Aires, 2006, p. 67; Duguit, L, Soberanía y Libertad, traducción de José Acuña, Buenos Aires, 1943, pp.122-123; FIX ZAMUDIO, H., La protección procesal de los derechos humanos ante las jurisdicciones nacionales, UNAM, Madrid, 1982, pp. 31-50.

[61] Sobre las garantías sociales de los derechos, *Cfr.* PISARELLO, G., *Los derechos sociales y sus garantías, notas para una mirada desde abajo,* Courtis, C. y Ávila Santamaría, R. (editores), *La protección judicial de los derechos sociales*, Serie Justicia y Derechos Humanos, Quito, 2009, pp.31 – 34; MÉNDEZ LÓPEZ, J. y CUTIÉ MUSTELIER, D., "La participación …*cit*., pp. 5-24.

[62] *Vid.* PRIETO VALDÉS, M.,"Las garantías jurídicas en Cuba", Ponencia en el Encuentro Nacional Constitución Democracia y Sistemas Políticos, La Habana, 2009.

[63] *Vid., per omnia*, NIEMEYER, T., *Derecho Internacional Público*, Labor S.A., 1925, p.46.

[64] Sobre la concepción de derechos y deberes del Estado en el marco interno y su crítica, *Vid*. KELSEN, H., *Teoría pura del Derecho*, *cit*…, pp. 295 – 314.

[65] Sobre las funciones y su trascendencia a la responsabilidad del Estado, *Vid.* JAWITSCH, L.S., *Teoría*…*cit.,* pp. 187, 188 y 189. Acreca del criterio anterior en el plano internacional, algunos estudiosos del Derecho Internacional Público reconocen la existencia de los deberes y los derechos internacionales, mientras otros lo niegan sustentando las conductas estatales solamente en los principios que fundan la Comunidad Internacional,. *Cfr.* DIENA, J., *Derecho Internacional Público, cit.,* p.65-67; URZÚA, F. A., *Derecho Internacional Público,* Cultura, México d.f, 1938, p.73 y ss; SÁNCHEZ DE BUSTAMANTE Y SIRVEN, A., *Derecho Internacional Público*, Cultura, La Habana, 1933, p.45; VERDROSS, A., *"La théorique. Classique des droits fundamentaux des Etats, "Recueil des Cours de l'Academie de Droit International, Institut de Droit International*, La Haya, 1925, *passím*.

del Estado a partir de funciones internas y externas, las que se fundamentan e interconectan desde principios[66].

En la perspectiva de FERNÁNDEZ BULTÉ[67], las funciones son el conjunto de acciones mediante las cuales el aparato de poder estatal intenta perpetuarse, defenderse y reproducirse eficazmente, siendo disímiles sus clasificaciones, pero a los efectos de esta investigación se tomará la expuesta por el autor cubano, que denomina funciones internas, a las que el Estado realiza *ad interim* de sus fronteras y como funciones externas, las que desarrolla en la Comunidad de Naciones y se manifiestan en los derechos y deberes internacionales, los que se encuentran en estrecha vinculación.

Atendiendo al análisis precedente, se delimitan como modalidades de la relación Estado – persona natural, las funciones internas del Estado y para distinguirlas se denominarán a los efectos de este informe de tesis como "funciones –derechos", las que encuentran respaldo en sus derechos internacionales, situándolo frente a los individuos en una posición de privilegio para exigir deberes a los mismos y "funciones – deberes", son las que lo ubican en una posición de obligación frente al resto de los sujetos en la sociedad y hallan su fundamento en los deberes internacionales, sobre todo los de carácter social.

Finalmente, son modalidades de la relación Estado – persona natural, las situaciones activas que constitucionalmente habilitan a los sujetos para adoptar una serie de posibilidades de obrar, denominándose: "derechos", "garantías", "deberes", "funciones – deberes" y "funciones – derechos", las que se corresponden con las expectativas, estas últimas no son objetivo de este informe de tesis.

Las situaciones activas del Estado pueden describirse de la siguiente manera: a las funciones - derechos le son correlativas los deberes de una persona natural A (en el esquema de posiciones, las funciones - derechos se colocan horizontalmente a los deberes, nada obsta, que conjuntamente con A estos deberes obliguen al resto de la sociedad, constituyéndose en un

---

[66] Esta autora es de la opinión, que el hecho de fijar que el Estado posee funciones internas y externas, no es incompatible con aceptar que como sujeto del Derecho Internacional Público, los Estados posean derechos y deberes en la Comunidad de Naciones; la afirmación anterior encuentra sustento en las obras de D ESTEFANO PISANI, cuando explica que los Estados poseen derechos fundamentales que son las facultades y garantías que se necesitan para hacer posible y útil la vida en la Sociedad Internacional, son elementos innatos a su capacidad jurídica, cuya vigencia efectiva posibilita el desenvolvimiento armónico de las relaciones entre ellos en el marco de la Comunidad de Naciones. Desde la moral internacional se asumen dos clases de deberes, los deberes morales y sociales, estos últimos son los que se evalúan por la Comunidad Internacional *ad interim* de los Estados y por tanto son los que se manifiestan en las funciones internas de los mismos sobre la población residente o flotante que se encuentra en su territorio. La fuente de deberes se encuentra reconocida en el artículo 1 de la Resolución de la XXXVII Conferencia interparlamentaria de 1948 y en los artículos 1 y 2 de la Carta de las Naciones Unidas y, con antelación en los artículos 23 y 25 del Preámbulo del Pacto de la Sociedad de las Naciones. *Vid.* D ESTEFANO PISANI, M., *Fundamentos del derecho internacional contemporáneo*,… *cit,* pp.101 y ss.

[67] *Vid*. FERNÁNDEZ BULTÉ, J., *Teoría del Estado y el Derecho*. *Teoría del Estado*…*cit,* pp.62 – 74.

sujeto colectivo), estas funciones - derechos poseen una garantía para su disfrute en la responsabilidad de A, que como posibilidad de sanción gravita sobre los titulares del deber, (en el esquema de posiciones, la responsabilidad se coloca verticalmente a los deberes y en diagonal a los poderes); a su vez, las facultades del Estado son la posibilidad de acción que tiene el mismo frente a A, con el fin de garantizar las funciones – derechos (en el esquema de posiciones, las facultades se colocan verticalmente a los derechos y diagonal con los deberes), puede describirse en sentido inverso igual situación para el Estado en posición pasiva, (véase el anexo III, figura número dos).

Por su parte, las situaciones activas para las personas naturales pueden explicarse de la siguiente forma, a los derechos y garantías de A le corresponden las funciones - deberes del Estado, (en el esquema de posiciones, los derechos se colocan horizontalmente a las funciones – deberes, que pueden ampliarse hasta los deberes del resto de las personas naturales en la sociedad), estos derechos y garantías son amparados en su disfrute, a partir de la probabilidad de exigir responsabilidad, entendida como sanción, a los que encarnan la función estatal y son titulares de los deberes, (en el esquema de posiciones, la responsabilidad se coloca verticalmente a los deberes y en diagonal a los derechos y garantías), a su vez, las facultades del sujeto A son oportunidades de realizar acciones frente al Estado, para garantizar los derechos y garantías, (en el esquema de posiciones las facultades se colocan verticalmente a los derechos y las garantías y en diagonal con los deberes), puede detallarse en sentido contrario igual situación para la persona natural en posición pasiva, (véase el anexo III, figura número dos).

Como colofón de lo examinado en este epígrafe, se puede concretar que la relación Estado – persona natural, es el vínculo recíproco, interno, dinámico y correlativo, que **se encuentra regulado constitucionalmente y** se establece entre los Estados y las personas naturales, a partir del **nacimiento en su territorio, el parentesco, la naturalización o el ejercicio del poder político público sobre los individuos, en ocasión de trasladarse a los espacios territoriales de los mismos o a sus representaciones diplomáticas o consulares en el exterior**; es la conexión entre situaciones activas (modalidades como: los derechos y deberes constitucionales del individuo y las funciones -derechos y funciones - deberes del Estado) y situaciones pasivas (expectativas como: la responsabilidad internacional de los Estados, la interna de sus funcionarios y la de los individuos en el Derecho interno, así como las facultades de unos y otros), en función del desarrollo y aseguramiento de los derechos y para la exigencia de responsabilidades contrarias, en pos de lograr el equilibrio entre los intereses del Estado y los de las personas naturales, en concordancia con las normas del Derecho Internacional.

3.- La relación Estado – persona natural extranjera. Develando sus rasgos esenciales y estructura funcional.

Los rasgos esenciales y elementos de la relación Estado – persona natural extranjera, constituyen el centro de estas líneas, para desarrollarlos se ajustaron al modelo de la relación Estado – persona natural, las regularidades socio históricas ordenadas en el primero de los epígrafes, la valoración de los resultados de las entrevistas y del método comparado que, triangulado con los métodos teórico y el exegético, permitió hallar las generalidades que caracterizan los elementos estructurales de la relación objeto de estudio en las normas constitucionales actuales.

3. 1. Rasgos esenciales de la relación Estado – persona natural extranjera.

Las relaciones Estado – persona natural extranjera y su estructura funcional se distinguen por los rasgos siguientes:

- Tienen un carácter social y son correlativas, internas, recíprocas y dinámicas.
- Se originan cuando los extranjeros entran en contacto con la soberanía de los Estados y se hace efectivo el poder político público de los Estados en ellos, **en ocasión de trasladarse a los espacios territoriales de los mismos**[68] **o en sus representaciones diplomáticas o consulares en el exterior**.
- La relación estudiada se estructura con arreglo a principios como: la soberanía, en tanto posibilita al Estado ejercer su poder político público sobre los extranjeros, a través de sus órganos y de las diferentes actividades que materializan sus funciones; el de libre circulación, como expresión jurídica de los principales cambios en el *íter* de la movilidad internacional de un individuo; y la igualdad, como manifestación del reconocimiento de la personalidad jurídica a todas las personas y de la atribución de derechos en expresión homogénea, a partir de las necesidades de las personas físicas[69]. Entre estos se establece una relación dialéctica y de interconexión, porque se han forjado a lo largo del desarrollo social e histórico de la misma. En su funcionamiento e *íter*, se demuestra la contradicción soberanía *vs*. circulación y soberanía *vs*. igualdad, la que ha repercutido a los análisis filosóficos y en no pocas ocasiones, se expresa en la colisión, entre las exigencias de la Comunidad Internacional sobre la protección de los derechos y la necesidad que poseen los Estados soberanos de regular la movilidad internacional de la población para proteger sus intereses ante el impacto de las mismas.
- La naturaleza de la relación jurídica objeto de estudio es constitutiva porque la persona natural extranjera comienza a poseer indistintamente derechos, deberes y garantías cuando entra en contacto con la soberanía de los Estados.

---

[68] **E**xisten tres formas de movilidad internacional de la población: la pendular, la temporal o circular y la definitiva, todas tienen como referente una determinada frontera o límite administrativo que se cruza y que implica el cambio de residencia o no. En la pendular, no se cambia la residencia, es la relación vivienda-trabajo o vivienda - estudio; la temporal o circular, es el traslado temporal de residencia y el retorno al lugar de residencia habitual lo que la caracteriza; mientras, en la definitiva, existe un cambio de residencia y un cruce de determinado límite, que puede ser una frontera en el caso de la migración internacional. *Cfr*. RODRÍGUEZ MONTER, M., *El fenómeno de las migraciones internacionales: una perspectiva de estudio desde la psicología social y los valores culturales*, Tesis en opción al grado de Doctora en Ciencias, Universidad Complutense de Madrid, 1997, p.18; MARMORA, L., *Las políticas de migraciones internacionales*, OIM, Alianza, 1997, p. 38; BUENO SÁNCHEZ, E., *Población y Desarrollo: Enfoques Alternativos de los Estudios de Población*, Centro de Estudios Demográficos, Ciudad de la Habana, 2003, p. 10.

[69] Uno de los puntos a corroborar en la entrevista fueron los rasgos esenciales de la relación y por ende, los principios estructurales de la relación, determinados a partir del estudio histórico y de criterios filosóficos que fueron trabajados en el epígrafe anterior, en ese sentido 48 de los entrevistados estuvieron de acuerdo con los principios planteados.

- La relación objeto de estudio sostiene como propósito la tutela de los derechos, deberes y garantías de los extranjeros, en equilibrio con la protección de los intereses económicos, políticos y sociales del Estado.

  Los fines atribuidos a la relación jurídica objeto de estudio parecen incompatibles, incluso en las legislaciones se potencian los intereses estatales en detrimento de los derechos de los extranjeros; sin embargo, a juicio de esta autora, la anterior es una contradicción aparente, *es una falsa negación*, porque la protección y tutela de las personas naturales extranjeras es un objetivo que se incluye en los intereses nacionales de los Estados.

  Basta decir, que los intereses nacionales en el ámbito social, político y económico, son los objetivos del Estado que permiten salvaguardar su equilibrio interno, los que no deben constituirse de forma opuesta a sus deberes internacionales y entre los que se destacan el respeto a los derechos humanos, la correcta administración de justicia, la erradicación de la pobreza, la adecuada interpretación y aplicación de la ley, la justa y equitativa distribución de la riqueza del país, el crecimiento y la estabilidad económica, el perfeccionamiento de los procesos legislativos y administrativos de la función gubernamental[70].

  Desde el punto de vista de las ideas desarrolladas por CARBONELL[71], los intereses nacionales deben ser controlados constitucionalmente, lo que permitirá que las políticas de seguridad nacional observen lo previsto en bienes jurídicos constitucionalizados. Por su parte, NOGUEIRA DE ALCALÁ[72], señaló que al vincularse los derechos, con otros bienes jurídicos, se encuentran al servicio del desarrollo de la persona y del bien común de la sociedad, formando parte de un sistema donde deben ponderarse los efectos de cada derecho, con los bienes constitucionales, para considerar sus límites y su alcance en cada caso concreto.

---

[70] Sobre los intereses y los objetivos nacionales en las doctrinas de seguridad nacional y su vinculación al Derecho, *Cfr.* MARTÍNEZ PEÑA, R., "Breves reflexiones sobre seguridad y derecho en Cuba", MATILLA CORREA, A. (Coord.), *Panorama de la ciencia del derecho en Cuba. Estudios en homenaje al profesor Dr.C Julio Fernández Bulté,* Universidad de la Habana y Lleonard Muntaner Editor, Palma de Mayorca, 2009, pp. 543 -554; HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, J., *Estados Unidos, Hegemonía, Seguridad Nacional y Cultura Política,* Ciencias Sociales, 2010, *passím*; CASTRO ESPÍN, A.*, El imperio del terror*, Capitán San Luis, La Habana, 2009*, passím*; GARCÍA CUÑARRO, L. M., "La Seguridad y Defensa Nacional Cubana. Aproximación a un panorama amplio", Ponencia presentada en el Taller los problemas globales mundiales y su impacto en la seguridad y defensa nacional de Cuba, La Habana, abril de 2002; CENTRO DE ESTUDIOS E INFORMACIÓN DE LA DEFENSA. "Conceptos, políticas y estrategias de Seguridad Internacional y Nacional", *Cuadernos de Estudios del Centro de Estudios e Información de la Defensa*, número 7, La Habana, 2003, pp. 3-34; FERNÁNDEZ ALUART, H., Ruptura de las concepciones lógicas de Seguridad y Defensa. El caso de Cuba, Tesis de Maestría, Instituto Superior de Relaciones Internacionales, 2005, pp. 11-25; MARTÍNEZ PÉREZ, O., "Ley de Extranjería y Seguridad Nacional. Un Tema en Debate ", [CD] X Taller Científico Metodológico del Sistema de Preparación para la Defensa, Ediciones Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, marzo 2010.

[71] *Vid.* CARBONELL, M., "Los retos del constitucionalismo en el siglo XXI", AA.VV. *El Nuevo Constitucionalismo…cit.*, pp.53 y ss.

[72] *Vid.* NOGUEIRA ALCALÁ, H., *Teoría y Dogmática de…cit.*, pp.247 – 317.

- Es una relación de carácter público, por encontrarse vinculada a la política migratoria de los Estados, a las relaciones internacionales y por el impacto que produce la movilidad internacional de la población a bienes jurídicos trascendentes para la sociedad[73]; especialmente, en las sociedades multiculturales que incluyen específicamente a los migrantes como clase social y reconocen derechos políticos a algunas categorías migratorias.
- Las normas del Derecho Internacional, el estatuto personal, la responsabilidad internacional, la protección diplomática y consular y el sistema internacional de garantías de los derechos humanos, constituyen sus límites e influyen en el alcance del contenido de la relación, condicionando su extensión. Desde su influjo los Estados se ven compelidos a proteger los derechos internacionalmente establecidos para las personas naturales, lo que permite afirmar que con relación al vínculo objeto de estudio hacen una función de prevención general[74].
- Son temporales, o sea, dependen de la efectiva realización de actos de imperio de los Estados sobre los extranjeros.
- Las relaciones jurídicas Estado – persona natural extranjera pueden convertirse *per se*, en fuentes de relaciones bilaterales entre Estados, generadas entre el Estado de ciudadanía y el de acogida o destino, al activarse los mecanismos de la protección diplomática y la consular, para la protección de un extranjero con requisitos para ello.
- La relación objeto de estudio, se manifiesta como una única relación, pero se divide en tres momentos, fases o etapas cíclicas y cada una resulta presupuesto de la otra; lo que acontece porque el derecho a libre circulación en los individuos, posee en su contenido esencial tres derechos; la entrada, estancia y la salida, los que determinan en los procesos de movilidad internacional de la población, la etapa de entrada, estancia y salida; estas poseen repercusión jurídica en lo concerniente a la actividad de la Administración Pública y para los elementos funcionales de la relación que se describe; identificándose en cada fase, problemáticas vinculadas al contenido de la relación objeto de esta investigación:

---

[73] Sobre la vinculación de la migración, con las políticas migratorias, las relaciones internacionales y el Derecho, *Cfr.* AJA DÍAZ, A., *Al cruzar las fronteras,… cit*, *pp.* 17 -81; AJA DÍAZ, A. y GAZTAMBIDE, A., "Migraciones y Relaciones Internacionales. Un proyecto de investigación desde el Gran Caribe", *Política Internacional*, número 6, ISRI, MINREX, La Habana, 2005, pp. 45-67.

[74] La condición de límites de las anteriores instituciones, resultó un punto controversial de las entrevistas, al respecto 6 de los entrevistados no mostraban acuerdo con que se considerarán límites el estatuto personal, las normas internacionales, la protección diplomática, la protección consular y la responsabilidad internacional; esgrimiendo que las mencionadas son instituciones que dependen en gran medida de la recepción y acatamiento del Derecho Internacional su actual carencia de fuerza, manipulación, deficiente aplicación o vulneración del mismo. La autora discrepa con la postura expuesta, puesto que al analizar el surgimiento y desarrollo de las anteriores, son mecanismos concebidos para proteger los derechos del individuo e incluso, de los extranjeros; su inaplicación o vulneración, no es razón para desestimarlas. Sobre la función protectora de estas instituciones, *Cfr.* FERNÁNDEZ ROZAS, J. C., "Extranjería: Principios de Derecho Internacional General",…*cit.*, pp. 39-51; PEÑA LORENZO, T., "La protección de la persona física en las relaciones internacionales", Ponencia presentada en el Taller Científico "Protección de la Persona Humana en el Derecho Internacional", CEDIH, 15 y 16 de diciembre de 2010.

En la **fase de entrada**, las personas naturales extranjeras ejercitan su derecho a ingresar a determinado territorio, pero a partir de las prerrogativas internacionalmente reconocidas, los Estados limitan el acceso de los extranjeros al interior de sus fronteras partiendo de causas establecidas en ley, que deben ser fundadas, expresas y ciertas. Desde el momento en que los foráneos se colocan bajo la soberanía estatal, es notoria la interacción entre las relaciones jurídicas administrativas y la relación Estado – persona natural extranjera, porque los efectos de la primera, pueden trascender al contenido del *status* constitucional de los no nacionales, evidenciándose la contradicción entre el principio de libre circulación y la soberanía de los Estados[75]. La admisión del extranjero puede ocurrir distinguiéndose cuatro supuestos, con efectos diferentes; la entrada regular, irregular, los supuestos de prohibición de admisión y de excepción de visados:

✓La entrada regular ocurre cuando el extranjero ingresa al territorio, previo examen y aceptación del sistema de autorización, denominándose así al orden establecido en la legislación para el acceso al Estado de acogida; es decir, los Estados a partir de facultades reconocidas por el propio ordenamiento jurídico internacional, limitan el derecho de entrar de los individuos, tomando como base, los requisitos de dichos sistemas, contenidos en técnicas de ordenación administrativa, que si bien proveen seguridad jurídica al acto migratorio, no dejan de constituir una limitación a los derechos, que debe realizarse dentro de lo permitido constitucionalmente[76].

Elementos importantes de los sistemas de entrada, resultan el pasaporte y el visado, límites al derecho de circular libremente; el primero es el documento que certifica la identidad de los ciudadanos de determinado Estado que viajan al extranjero y es importante en el momento de solicitar la atención consular y la protección diplomática. En el caso de los apátridas, la Convención sobre el Estatuto de los Apátridas de 1954, establece en su artículo 28, que si el apátrida no posee un documento válido de viaje, el Estado donde se encuentre expedirá el mismo de modo que pueda trasladarse fuera del territorio.

Asimismo, el visado[77] consiste en la autorización especial o signo formal, estampado en los pasaportes por los correspondientes órganos de un Estado para la admisión de una persona

---

[75] Sobre la libre circulación y sus limitaciones, puede consultarse la Sentencia del 4 de abril de 2005 (Recurso 72/2005), Tribunal Constitucional Español y la Sentencia de 6 de julio de 2005, del Tribunal Superior de Justicia de Madrid (Sala de lo Contencioso-administrativo, Sección 1ª), *Vid.* RODRÍGUEZ BENOT, A. y YBARRA BORES, A., "Crónica de Jurisprudencia sobre Nacionalidad y Extranjería", *Revista Electrónica de Estudios Internacionales* [en línea], disponible en: <www.reei.org>, (consultada el 2012.02.08, 3:p.m.).

[76] *V.gr.* Para el ingreso a sus territorios, Argentina, Bolivia, Ecuador, Dominicana, España y Venezuela, han establecido el sistema de autorización de entrada, utilizándose como requisitos para ese fin, la visa y el pasaporte.

[77] El visado pudiera vincularse a la teoría de la autorización administrativa, como forma de limitar derechos, ya que la autorización siempre ha de actuar sobre un derecho o una actividad general en cumplimiento de los requisitos exigidos por la ley, la autorización se sitúa como un acto de la Administración donde la misma consiente a un particular el ejercicio de una actividad inicialmente prohibida. Otros estudiosos comparten la opinión que son actos administrativos de admisión, porque con la autorización de entrada provocan un cambio de *status*; pueden clasificarse además como actos decisorios, externos y constitutivos. En definitiva, lo más trascendente para esta autora es que son actos favorables y su efecto inmediato es el mismo, como autorización o acto de admisión. *Cfr.* GARCÍA ENTERRÍA, E. y R. FERNÁNDEZ, T., *Curso de Derecho… cit,* pp.131-143;

natural extranjera en su espacio soberano, a los efectos de transitar o residir en el mismo, indicando que el documento ha sido examinado y considerado válido para estos fines. Como acto administrativo, es la causa de la relación jurídica administrativa[78] que se establece con motivo de la entrada al territorio, entre la Administración y el extranjero en calidad de administrado, es uno de los actos que regulariza la permanencia y que los *iusprivatistas* denominan criterio de regularidad administrativa de la estancia, incluso en el caso de las llamadas visas volantes.

✓La excepción de visados, sucede cuando un tratado internacional o un acuerdo suscrito por el Estado de acogida, exime a determinados extranjeros de una o varias nacionalidades, de comparecer ante los controles administrativos para ingresar a determinado territorio, separándose el origen de la relación constitucional con el de la relación administrativa; no obstante, desde que el extranjero se presenta en punto de frontera debe ser reconocido y protegido constitucionalmente, aunque ciertamente el sistema de libre visado origina una circunstancia de trato preferencial en la relación Estado - persona natural extranjera.

✓La prohibición o inadmisión de entrada, se manifiesta cuando el Estado niega al extranjero, la autorización para ingresar a su territorio durante el control de frontera, su vinculación con la relación objeto de estudio es verificable, porque el mero contacto con el territorio, hace que el no nacional deba ser reconocido y protegido en los mínimos derechos que la Constitución reconoce a todos los individuos[79].

✓La entrada irregular de las personas naturales extranjeras, acontece cuando los extranjeros se incorporan al territorio de determinado Estado o prolongan su estancia en el mismo, sin comparecer ante los controles administrativos. Una vez que el Estado advierta su presencia, puede proceder a la regularización de su estancia o calificar la irregularidad como un hecho antijurídico y sancionar la

---

SANTAMARÍA PASTOR, J. A. y PAREJO ALFONSO, L.*, Derecho Administrativo. La jurisprudencia del Tribunal Supremo*, Centro de Estudios R. Areces S.A, Madrid, 1989, p. 111; FERNÁNDEZ RAMOS, S. y GAMERO CASADO, E., *Manual Básico de Derecho Administrativo*, 4ª edición, Tecnos S.A, Madrid, 2007, p. 363.

[78] Para ampliar sobre las relaciones jurídicas administrativas, *Cfr.* COSCULLUELA MONTANER, L., *Manual de Derecho… cit,* p.27 y ss; GARCÍA ENTERRÍA, E. y R. FERNÁNDEZ, T. , *Curso de derecho administrativo, …cit,* pp.15 y 245; GARCINI GUERRA, H., *Derecho Administrativo*, …*cit,* p. 121; RIZO OYANGUREN, A., *Manual Elemental de Derecho…cit,* p.72

[79] La legislación migratoria expone conductas para evitar el ingreso de determinados extranjeros, en Argentina y Bolivia se usan las siguientes causales de inadmisión, *v.gr:* "por motivos de seguridad nacional," "orden público," "moral," "salud", "hábitos viciosos", "depravación moral incorregible". Se dificulta el control posterior a los efectos del actuar de la Administración Pública, en lo que corresponde a la calificación de la inadmisión de ingreso, arriesgándose la legalidad del acto administrativo a partir de que el comportamiento descrito en el tipo, es ambigua y elíptica, o sea, no describe una conducta certera y peligra una correcta clasificación del hecho. *V.gr.* artículos 27, 29, 34 y 36, Argentina, Ley 25.871 del 17 de diciembre del 2008; Bolivia, Decreto 21.945 de 1988, Ley del 22 de enero de 1924, Ley del 27 de diciembre de 1926; artículo 25 y 28.2, España, Ley orgánica 4/200 modificada de la ley orgánica 8/2000; artículo 7, 8,9, Venezuela, Ley de extranjería y Migración número 37.944, 24 de mayo del 2004; artículo 11, Decreto 299 de 1986, Ley de Extranjería.

misma con la salida del espacio geográfico correspondiente o el internamiento[80]. En los ordenamientos jurídicos actuales es más frecuente la reacción represiva de la Administración que los procesos de regularización, postura criticable, toda que vez que el Derecho Internacional manifiesta que los mecanismos regularizadores, de origen material o legal, deben incluirse de forma amplia por las legislaciones estatales.

Durante la fase de entrada, con independencia de la forma de ingreso del extranjero, el mismo deberá poseer el reconocimiento de su personalidad jurídica y un *standard* de garantías y derechos constitucionales al interior de cada Estado, sin importar la forma de entrada e independiente a cualquier decisión administrativa vinculada a la misma, teniendo en cuenta que las relaciones jurídicas administrativas son independientes a la relación Estado – persona natural extranjera[81].

La **fase de tránsito o estancia**, tiene como presupuesto la de entrada, ésta provee continuidad a la relación y abarca el espacio de tiempo en que la persona natural extranjera ocupa el territorio del Estado para realizar las actividades autorizadas en el transcurso de su permanencia, formando parte de su población residente o flotante[82], sometiéndose al imperio del mismo y colocándose en posición de iniciar las relaciones jurídicas que le permitirán el ejercicio de sus derechos, deberes y garantías. La creciente interacción del no nacional con los servicios públicos y la actividad de policía de la Administración[83], genera disímiles relaciones jurídicas administrativas y un nivel de actividad

---

[80] En las Leyes de extranjería de España, México, Argentina, Chile, Venezuela, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Perú, Ecuador, Bolivia, Dominicana, Paraguay, Uruguay, Panamá, Nicaragua y el Salvador, se prevén de forma amplia las sanciones a los extranjeros irregulares y son casi nulos los mecanismos de regularización.

[81] La razón de la interrelación entre relación Estado – persona natural extranjera y la relación jurídica administrativa de extranjería se halla en la relación Estado- Administración, *Cfr.* PRIETO VALDÉS, M. y PÉREZ HERNÁNDEZ, L., Los derechos humanos de los cubanos. Su protección y defensa. Análisis y propuestas, PRIETO VALDÉS, M. y PÉREZ HERNÁNDEZ, L. (Coord.). *Temas de Derecho…cit*, p. 21; MONACELLI, G., *Elementos de derecho administrativo y legislación fiscal y aduanera*, 9ª edición, Revisada y actualizada, El Ateneo, Buenos Aires, 1961, pp. 30 y 31; RIZO OYANGUREN, Armando, *Manual Elemental…cit.*, p. 434; GORDILLO, A., *Tratado de Derecho Administrativo*, tomo I, Parte General, 8ª. edición, Fundación de Derecho Administrativo, Buenos Aires, 2003, V-I, IX-5; GARCINI GUERRA, H., *Derecho Administrativo*,… *cit*., pp. 9, 10, 20.

[82] Si la permanencia es sólo accidental o transitoria se llama población "flotante" u ocasional y la población que habita de forma permanente en el país es la población residente. *Vid.* BUENO SÁNCHEZ, E., *Población y Desarrollo: Enfoques Alternativos de los…cit.,* p.78.

[83] En el estudio comparado se determinó como regularidad que la administración va a desplegar determinadas facultades sobre las personas naturales extranjeras y las ha de coligar con las obligaciones correspondientes. *V. gr.* facultad para autorizar la residencia, actividades vinculadas al ejercicio de los derechos y la salida de los territorios; la prohibición de circulación se hace efectiva, a través de técnicas de ordenación administrativa y por último, la facultad para sancionar conductas lesivas al tráfico migratorio. En el caso de los extranjeros, deben cumplir los términos y requisitos para la residencia y salida de los territorios, deben cumplir las prohibiciones de circulación, cumplir con las restricciones a las actividades no previstas en las clasificaciones migratorias correspondientes, cumplir con las leyes internas que regulen su estancia en el territorio.

sobresaliente en la Administración, registrándose las mayores dificultades prácticas para la relación, que son:

✓Las relacionadas con la actividad clasificatoria; en ese sentido, subrayar que la condición migratoria[84] se ha convertido en pieza articuladora del *status* constitucional de los extranjeros en los diferentes ordenamientos jurídicos, al ser utilizada como referente para instituir las limitaciones al ejercicio de los derechos de los mismos durante su normación.

Debe significarse, que la clasificación migratoria no ha sido ampliamente explicada por la doctrina[85]; en nuestra opinión, es la forma jurídica por la cual los Estados a partir de las declaraciones realizadas sobre los propósitos de viaje de un extranjero, autorizan a los individuos un conjunto de actividades para realizar en un tiempo de estancia estipulado. Es así, que la condición migratoria, se convierte en declaración tácita de capacidad, como expresión de la posibilidad de autoabastecerse ante determinadas necesidades personales que pudieran surgir durante el tiempo de estancia en los territorios, o sea, es expresión de determinada capacidad económica y social en los sujetos. Justamente, por estas razones se erigen en la praxis legislativa, como criterio de atribución para el establecimiento de los derechos.

Según la correlación capacidad, necesidad, derechos en las legislaciones actuales, las clasificaciones pueden reagruparse por las necesidades que denotan iguales motivaciones de viajes, de la siguiente forma[86]:

- los extranjeros que ingresan al país receptor como pasajeros en trasbordo, en tránsito o para disfrutar de los servicios turísticos en sus diferentes modalidades (turismo de salud, recreación, científico, comercial, deportivo y cultural) y los que llegan motivados por la actividad inversionista y comercial; en general, se distinguen por su capacidad para solventar sus necesidades económicas e inquietudes sociales y culturales.

- los extranjeros que arriban por el desarrollo de las relaciones internacionales, como agentes diplomáticos o consulares y sus familiares, así como los funcionarios de la Organización de Naciones Unidas y otros organismos Internacionales o agencias acreditadas en determinados países; estos no constituyen objeto de este estudio y se distinguen del resto de las personas naturales extranjeras porque su *status* es claramente definido en el Derecho Internacional Público.

- los extranjeros con protección del Derecho Internacional por motivos humanitarios o solidarios, son aquellos que migran forzosamente de otro país, como los asilados y refugiados[87]; también se

---

[84] Al respecto, distinguir que en ocasiones la clasificación migratoria se encuentra en la fase de entrada, vinculada en un solo acto con respecto a la autorización de entrada. Agregar que en este informe de tesis, se utilizan indistintamente los términos clasificación migratoria, categoría migratoria o condición migratoria, atendiendo a lo observado en las diferentes legislaciones.

[85] *Cfr. Diccionario de Derecho Internacional*, Progreso, Moscú, 1988, p.49; PÉREZ HECHEMENDÍA, Marzio L. y ARZOLA FERNÁNDEZ, J. L., *Expresiones y términos jurídicos*, Oriente, Santiago de Cuba, 2009, p. 177; SÁNCHEZ LORENZO, S., FERNÁNDEZ ROSAS, J. C. *et al., Legislación…cit.*, p.45.

[86] La anterior clasificación se realizó a partir del estudio exegético, comparado y teórico.

[87] Sobre el asilo y los requisitos para su otorgamiento e información doctrinal y normativa, *Cfr*. DÍEZ DE VELASCO, M., *Organismos de Derecho Internacional Público*, Tecnos, Madrid, 2000, p. 522; GUERRA, Sydney, *Direito Internacional Publico…cit*, pp.138-142 y sobre los refugiados, *Cfr*. ACNUR Y UNIÓN

incluyen en esta clasificación los extranjeros que reciben becas para realizar estudios en determinadas naciones o se benefician con programas de salud gratuitos, los particulariza la intención con que el Estado los clasifica, unos por motivos humanitarios y otros a partir de los principios de cooperación internacional, en su caso, los Estados de acogida asumen gran parte del costo económico de sus derechos sociales y culturales, responsabilidad en ocasiones compartida por organismos internacionales.

- los extranjeros residentes permanentes que son quienes se asientan definitivamente en determinado territorio.

El legislador moderno ha tomado las clasificaciones migratorias como apoyo para el establecimiento de los derechos, deberes y garantías, su carácter dialéctico en la actualidad resulta un desafío, toda vez que los Estados deben revisar constantemente la posible institucionalización de nuevas motivaciones viajes, atendiendo a generalizaciones en su realidad migratoria y por otra parte; deben usar las mismas como factor de inclusión y no como instrumento para la discriminación; o sea, por encima del *status* determinado para cada calificación migratoria existe un *standard* mínimo reconocido a todos los seres humanos, por ello la protección del extranjero no puede reducirse a aquellos que están clasificados migratoriamente, deben potenciarse los espacios legislativos para adquirir las mismas y debe constituirse como una categoría jurídica en movimiento[88].

✓Al discurrir en el mismo espacio temporal, la fase de estancia y la de entrada se confunden, en los casos en que la estancia se limita al momento del ingreso o del reconocimiento del extranjero que penetró a través de las fronteras estatales de forma irregular.

✓En esta etapa, las afectaciones que se producen en la regulación constitucional de la relación, se originan en las legislaciones de desarrollo de los derechos, por la existencia de insuficiencias como: la pluralidad de fuentes, antinomias jerárquicas que afectan el contenido constitucional, la redundancia y la estratificación legislativa.

Por otra parte, la **etapa de salida** tiene como precedente a la de estancia, las salidas pueden ser de varios tipos: definitivas, si los extranjeros no poseen plan inmediato de regreso y transitorias, si salen previendo regresar nuevamente al mismo territorio. También pueden ser salidas voluntarias, cuando el foráneo se retira del territorio una vez agotado el tiempo de estancia concedido por el Estado y las forzosas, si los no nacionales son conminados a marcharse utilizando los medios coactivos del Estado como consecuencia de una infracción de las leyes vigentes, estas últimas centran la polémica fundamental de este ciclo.

✓En principio, los Estados deben sostener, como premisa, que la salida del extranjero se lleve a cabo de forma voluntaria y en caso de ser forzosa, debe realizarse a través de los procedimientos

---

INTERPALAMENTARIA, *Protección sobre los Refugiados. Guía sobre Derecho Internacional de los refugiados*, Oficina de publicaciones de las Naciones Unidas, 1989, *passím*; ACNUR, *Refugiado. Legislación Internacional y Estándares Básicos,* Publicaciones de la Oficina Regional del ACNUR, México, 2005, *passím*; DE ARAGÓN CAO, A., *Los refugiados en el contexto de la crisis del multilateralismo y del Derecho Internacional*, Tesis de Máster en Ciencias, La Habana, Cuba, 2005, *passím.*

[88] Sobre la connotación del Derecho en el cambio social y viceversa, *Vid.* AÑÓN, J. M., "Derecho y Sociedad", AA.VV, *Introducción a la Teoría…cit.*, pp 65-90.

que provea a los individuos de las garantías requeridas, previendo que no sean dañados los derechos de las personas naturales extranjeras.

✓Las salidas forzosas se califican por las diferentes legislaciones en: extradición, expulsión y deportación y en la actualidad sus implicaciones para los derechos de las personas naturales resultan centro de atención por parte del Derecho Internacional[89]; aunque todo parece acabar con la salida del extranjero, este ciclo se erige en presupuesto de la fase de entrada teniendo en cuenta lo preceptuado en las legislaciones modernas, donde el reingreso de un extranjero a determinado territorio es condicionado por la forma en que salió del mismo[90].

Los tres momentos de la relación jurídica no son similares en el ejercicio de derechos, deberes y garantías por parte de los extranjeros, evidenciándose los efectos de la asistematicidad de la regulación constitucional que impide a la misma erigirse en verdadera espina dorsal del ordenamiento jurídico de extranjería y el despliegue eficaz de su función tutelar.

Agotado el estudio de los rasgos esenciales que distinguen la relación se insiste en definir los elementos que integran su estructura funcional, lo que se realizará en líneas posteriores.

1.2.3. 2. Estructura funcional de la relación Estado – persona natural extranjera.

Al explicar la relación jurídica Estado – persona natural extranjera se hace imprescindible la presentación y caracterización de sus elementos internos o estructurales, siendo estos: los sujetos y las modalidades y expectativas que integran el contenido de la relación.

---

[89] V.gr. Título II, artículos 74, 91, 96, Argentina, Ley 25.871 del 17 de diciembre del 2008 y artículo 57, España, Ley orgánica 4/200 modificada de la Ley orgánica 8/2000.

[90] En el análisis realizado a la legislación de países como España, México, Argentina, Chile, Venezuela, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Perú, Ecuador, Bolivia, Dominicana, Paraguay, Uruguay, Panamá, Nicaragua y el Salvador, se detectó que luego de la expulsión se prohíbe la entrada. Lo anterior ha generado la configuración de nuevos principios por la jurisprudencia internacional y Organismos del Sistema de Naciones para evitar la violación de los derechos humanos durante la expulsión, entre los que pueden nombrarse el principio de la no expulsión de refugiados, la prohibición de realización de expulsiones colectivas, el principio de no discriminación, del respeto de los derechos fundamentales de la persona expulsada, la prohibición de la expulsión arbitraria, la obligación de informar al Estado del cual es ciudadano el extranjero expulsado. La expulsión es un acto reconocido como legítimo por la Comunidad Internacional, se aplica a los extranjeros y consiste en la devolución a su país de origen y prohibición de regresar al territorio del Estado del cual es expulsado, precisamente esta característica la diferencia del resto de las salidas forzosas, especialmente de la deportación o la inadmisión en punto de frontera, que no entraña prohibición de nuevo ingreso. Esto se debe a que se reserva la misma a causas vinculadas con la violación de la legislación penal o motivos asociados a la seguridad nacional y el orden interior de los Estados. *V. gr*. Título II, artículo 74, 91, 96, Ley 25.871 del 17 de diciembre del 2008; artículo 57, Ley orgánica 4/200 modificada de la Ley orgánica 8/2000. *Cfr*. DE BOECK, *L expulsión et les dificultés internacionales qui en souléve la practique*, *Recueil des curse*, 1927, III, pp. 478-479; GUERRA, SIDNEY, Direito internacional publico,...*cit.*, pp. 167-168; D ESTEFANO PISANI, M., Fundamentos del Derecho Internacional..., pp. 67-69.

➢Los sujetos: sujeto activo (titular de **la modalidad**) y el sujeto pasivo (titular de **expectativa**). En estas posiciones estarán de forma dinámica y recíproca, **el Estado** y **la persona natural extranjera** respectivamente.

En el caso del **Estado**, la convergencia de su posición en tres planos diferentes, influye en el contenido de la relación; como sujeto de la Comunidad de Naciones debe cumplir las normas del Derecho Internacional, desde su postura de poder puede trasladar los principios internacionales a las normativas internas y como sujeto de la relación objeto de estudio, se pueden generar vínculos de cooperación internacional con otros Estados, en torno a la reclamación de derechos y asuntos legales vinculados a los extranjeros.

Por otra parte, **el extranjero** se ha conceptualizado de diferentes formas, inicialmente era considerado como aquel que poseía la ciudadanía de un Estado y se encontraba en territorio de otro[91]; sin embargo, la doctrina más reciente y la Organización de Naciones Unidas, definen extranjero como toda persona que no es nacional del Estado que se toma como referente[92], incluyéndose en este concepto al apátrida y a las personas naturales y jurídicas, estas últimas no se incluyen en este estudio[93].

Con relación a la distinción entre extranjeros y apátridas DÁVALOS FERNÁNDEZ[94] plantea que: "pudiera no tener mayores problemas y resultar solamente didáctica, si en las diferentes disposiciones jurídicas de los ordenamientos y en la propia Constitución, no existiera confusión terminológica y si al emplear en las leyes la denominación anterior no se favoreciera solamente a los extranjeros; negando entonces la protección a los apátridas"[95]. Pese a lo anterior, los extranjeros que son ciudadanos de determinados

---

[91] *Cfr.* ORUE Y ARREGUI, J. R., *Manual de Derecho Internacional Privado…cit*, p. 222; PÉREZ VERA, E.… *cit*, p.180; TUNKIN, Gregory, *Curso de derecho Internacional. Manual,* Libro I… *cit*., p. 270; MATOS, J., *Curso de Derecho Internacional Privado,…cit*, p. 156. Desde la sociología jurídica dejan a un lado el vínculo político y lían el concepto de extranjero a la pertenencia o no de un grupo nacional, *Vid.* DE LUCAS, J., *El desafío…cit.*, p. 35.

[92] *Cfr.* Artículo 1: Para los fines de la presente Declaración, el término "extranjero" se aplicará a toda persona que no sea nacional del Estado en el cual se encuentre, ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS, ASAMBLEA GENERAL, "Declaración sobre los derechos humanos de los individuos que no son nacionales del país en que viven", adoptada el 13 de diciembre de 1985, Resolución 40/144; MIAJA DE LA MUELA, A., *Derecho Internacional Privado. Parte Especial*, tomo II,…*cit,* p.73; VERPLAETSE, J., *Derecho Internacional Privado,* Instituto Reus, Madrid, 1964, p. 169; GUERRA, S., *Direito Internacional...cit.*, p.164; DÁVALOS FERNÁNDEZ, R., SANTIBÁÑEZ FREIRE, M. del C., PEÑA LORENZO, T., *Derecho Internacional Privado. Parte Especial*,… *cit*, p. 13.

[93] A partir del estudio de las tendencias anteriores, se han determinado los rasgos comunes para designar al extranjero, entre los que se encuentran: - la condición de personas físicas o jurídicas; - se concreta su *status* al traslado de dicha persona a un Estado diferente del que es ciudadano o donde se encuentre domiciliado o residiendo, sin importar a estos efectos el tiempo de estancia, siempre será extranjero hasta tanto opte y le sea otorgada la ciudadanía del último; -debe aclararse que a partir de las concepciones analizadas en caso de múltiples ciudadanías, si una de ellas es la del Estado de acogida entonces no se considera extranjero a menos que haya perdido la misma.

[94] DÁVALOS FERNÁNDEZ, R., *La Extranjería en Cuba. Especial aplicación a los españoles, m.s.*

[95] Una forma de asimilar extranjeros y apátridas en trato, distinguiéndolos en su denominación, se observa en la Constitución de Portugal, del 25 de abril de 1976, donde se esablece: "*los extrangeiros e os apartidas que se encontrem ou residam gozam dos directos e estaó sujeitos aos deveres do cidadao portugues*".

Estados, a diferencia de los apátridas, pueden beneficiarse con los mecanismos de protección diplomática y consular y cuentan con deberes con respecto a su Estado de origen, el deber de defenderlo y de no realizar actos en su contra.

Desde la perspectiva anterior y a los efectos de este informe de tesis, se definen como **sujetos** de la relación, a las **personas naturales extranjeras**, que son las personas físicas, ciudadanos de determinados Estados o apátridas, que no poseen la nacionalidad del Estado en que se encuentran. Como **Estado**, se denomina a la Organización política superior que recibe al extranjero en su territorio.

➢ El **contenido de la relación Estado – persona natural extranjero**, está compuesto por las **modalidades** y **expectativas**[96].

Son modalidades[97], los derechos, deberes y garantías para las personas naturales extranjeras y las funciones - derechos y funciones – deberes para los Estados; para este informe de tesis han sido delimitadas bajo una concepción sincrónica del ordenamiento jurídico de extranjería, a partir de un análisis exegético, teórico y comparado de los textos constitucionales estudiados, sus definiciones fueron determinadas tomando como sustento la definición doctrinal y las características generales arrojadas por el estudio comparado de la normativa constitucional en los países tomados como muestra, los instrumentos internacionales conectados al tema de la movilidad internacional de la población, los derechos humanos y especialmente, para el estudio de las funciones estatales se tuvieron en cuenta los principios de las políticas migratorias declarados en las diferentes legislaciones sobre migración. Cifrándose como modalidades que componen la relación jurídica Estado – persona natural extranjera, las siguientes:

- **modalidad "derechos"**: En los textos constitucionales actuales, se atribuyen a todas las personas naturales extranjeras, los derechos civiles, los derechos socioeconómicos y culturales, que se otorgan a los residentes y en cuanto a los derechos políticos, el derecho al voto, además de los anteriores, los derechos de solidaridad se hacen extensivo a todas las personas en aquellas Constituciones donde son regulados[98].

- **modalidad "deberes"**: a los extranjeros se hacen extensivos aquellos establecidos en la Ley Superior, cuyos destinatarios son sujetos impersonales o alcanzan a los extranjeros en virtud del principio de equiparación o la igualdad[99].

---

[96] El contenido se sistematizó a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de los métodos, exegético, comparado y teórico, especialmente el análisis y la deducción por la inexistencia de antecedente doctrinal al respecto. Así se generalizaron los derechos, deberes y garantías atribuidas a los extranjeros y las funciones – derechos y funciones – deberes del Estado, comparando los resultados finales con la relación de ciudadanía.

[97] Son las situaciones activas que constitucionalmente habilitan a la persona para adoptar una serie de posibilidades de obrar. Vid, supra, nota al pie 160.

[98] *Vid, supra* en el epígrafe 1.1.3, el análisis comparado sobre los derechos y garantías y las referencias que le acompañan.

[99] *Vid, supra* en el epígrafe 1.1.3, el análisis comparado sobre los derechos y garantías y las referencias que le acompañan. No obstante, en materia de deberes la Constitución Dominicana traduce carencias en un casuismo impropio de esa norma, visible en el propio artículo 25 donde se esbozan como deberes

- **modalidad "garantías"**: ubicadas de forma alternativa a los derechos en el esquema de posiciones donde se describe el funcionamiento estructural de la relación eje de esta investigación, se hacen extensivas a los extranjeros, aquellas estipuladas constitucionalmente, si sus titulares son impersonales o en las cláusulas de extranjería se hace alusión expresa a su equiparación o igualdad; entre las que cuentan, las garantías sociales e institucionales, como las jurisdiccionales o no jurisdiccionales, las normativas o abstractas, los valores y los principios constitucionales y hermenéuticos del sistema jurídico[100].

- **modalidad funciones- deberes**[101]:

- Proveer un proceso migratorio ordenado y seguro, habilitando los puntos de fronteras para la entrada y salida al país de naves, aeronaves, vehículos terrestres y personas naturales.

- Establecer un *standard* de derechos y de garantías jurídicas y materiales, para todas las personas naturales extranjeras que ingresen a su territorio por vía regular e irregular.

- Garantizar el respeto al estatuto personal del extranjero y el desarrollo de los institutos de la protección diplomática y consular en sus territorios, bajo las condiciones que se establecen en el Derecho Internacional y los principios de respeto mutuo, la soberanía y la igualdad de los Estados.

- Instaurar un sistema de garantías constitucionales y materiales para los derechos y crear acciones de afirmación positiva, especialmente dirigidas a que la persona natural extranjera que se encuentre en

---

constitucionales los que constituyen obligaciones de los extranjeros, por lo que no se tuvo en cuenta para esta sistematización.

[100] *Vid, supra* en el epígrafe 1.1.3, el análisis comparado sobre los derechos y garantías y las referencias que le acompañan. Además *Cfr.* Sentencia 12/1994, de 17 de enero, Tribunal Constitucional Español; Sentencia del 24 de noviembre de 2005, Recurso 303/2005, Tribunal Constitucional Español, ESPAÑA. TRIBUNAL CONSTITUCIONAL ESPAÑOL, [CD] Los derechos humanos y las libertades Tribunal Constitucional Español 1980 – 1990.

[101] La terminología utilizada por las Constituciones para denominar las funciones estatales son las siguientes: principios, fines, deberes. Esta modalidad se construyó contextualizando la normativa constitucional con la normativa migratoria. *Cfr.* artículos 9, 52 y 54, Constitución de Portugal; artículos 1-36, Constitución de la República Argentina; Capítulo I, Constitución de Chile; capítulo II, Constitución de Costa Rica; artículos 39-52, Constitución de España; artículo 2, Constitución de Colombia; artículo 3, Constitución de la Republica de Ecuador; artículo 2, Constitución de la Republica Dominicana; artículo 5, Constitución de Nicaragua; artículos 1 y 2, Constitución Guatemala; artículo 44, Constitución Perú; artículo 9, Constitución Política del Estado de Bolivia; artículo 3, Constitución Venezuela. En respectiva concordancia con: artículo 3, Argentina, Ley 25.871 Política Migratoria; capítulo III, Bolivia, Decreto-Ley número 13344; artículos 5-9, Costa Rica, Ley número 8487, Ley de Migración y Extranjería; Chile, Decreto con fuerza de Ley número 69 del 27 de abril de 1953 sobre inmigración y el departamento respectivo, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores; Decreto número 521 del 31 de Octubre de 1953, Reglamento para la aplicación del Decreto con fuerza de Ley número 69/53; artículo 4, Ecuador, Ley número 2004, Ley de Extranjería; artículos 1 y 2, Paraguay, Ley número 978 de Migraciones del 27 de Junio de 1996; artículo 4, 5,6 y 7, Perú, Decreto Legislativo número 703 del 5 De Noviembre de 1991. Ley de Extranjería; artículo 8, República Dominicana, Ley General de Migración número 285-04; artículo 1, Venezuela: Ley número 37. 944 de Extranjería y Migración.

determinado territorio, pueda desarrollar su cultura, religión y costumbres, preservándola del desarraigo, sin menoscabar los intereses económicos, políticos y sociales del Estado y la sociedad, además de proporcionar mecanismos administrativos de regularización.

- modalidad funciones- derechos[102]:

- La soberanía de los Estados permite ejercitar la jurisdicción de los diferentes órganos administrativos, legislativos y judiciales sobre todas las personas naturales que se encuentran en su territorio, atendiendo a las normas adoptadas internacionalmente y la legislación nacional.

- Establecer los deberes de las personas naturales extranjeras en su territorio, así como las limitaciones a los derechos y garantías, atendiendo a la proporcionalidad, para proteger intereses económicos, políticos y sociales trascendentes.

- El Estado puede otorgar privilegios e imponer limitaciones para la entrada, residencia y salida de los extranjeros.

En materia migratoria, las funciones del Estado se definen en estrecha vinculación con la función principal de la Administración, que regula lo relativo a la circulación durante la entrada, permanencia y salida de la persona natural extranjera, así en las diferentes fases de la relación jurídica actúa la Administración pública, con este fin establece un importante número de relaciones jurídicas administrativas, sin desestimar que en el desarrollo de estas funciones interactúan otros órganos del Estado.

En este orden de ideas, las modalidades representan el lado interno de la relación Estado – persona natural extranjera y se pueden establecer las siguientes relaciones cuando el Estado se ubica en situación pasiva: a las funciones - derechos le corresponden los deberes de una persona natural extranjera (en el esquema de posiciones, las funciones - derechos se colocan horizontalmente a los deberes, que pueden extenderse al resto de la sociedad, es decir, puede que lo que es deber para una persona natural extranjera lo sea para el resto de la sociedad o para la población extranjera), estas funciones -derechos poseen una garantía para su disfrute en la responsabilidad de la persona natural extranjera entendida como posibilidad de sanción, (en el esquema de posiciones, la responsabilidad se coloca verticalmente a los deberes y en diagonal a los poderes); a su vez, las facultades del Estado son las posibilidades de acción que tiene el mismo frente a la persona natural extranjera, con el fin de garantizar sus funciones – derechos (en el esquema de posiciones, las facultades se colocan verticalmente a los derechos y diagonal con los deberes), puede describirse en sentido inverso igual situación para el Estado en posición pasiva, (véase el anexo III, figura número tres).

Las correlaciones funcionales activas en el lado interno de la relación para las personas naturales extranjeras, se describen así: a los derechos y garantías de la persona natural extranjera le corresponden las funciones - deberes del Estado, (en el esquema de posiciones, los derechos se colocan horizontalmente a las funciones – deberes, que pueden hacerse extensivos al resto de las personas naturales en la sociedad), estos derechos y garantías se amparan en su disfrute a partir de la posibilidad de exigir responsabilidad al Estado como sujeto del Derecho Internacional y a sus funcionarios en el Derecho interno, (en el esquema de posiciones, la responsabilidad se coloca verticalmente a los deberes y en diagonal a los derechos y garantías); a su vez, las facultades de la persona natural extranjera son oportunidades de realizar acciones frente al Estado, (en el esquema de posiciones las facultades se

[102] *Ídem.*

colocan verticalmente a los derechos y las garantías y en diagonal con los deberes), puede detallarse en sentido contrario igual situación para la persona natural en posición pasiva, (véase el anexo III, figura número tres).

En resumen, puede definirse la relación Estado – persona natural extranjera como el vínculo recíproco, temporal, dinámico, público y correlativo, que se establece entre los Estados y las personas naturales extranjeras, a partir del ejercicio de los actos de imperio del Estado sobre el extranjero **y se expresa constitucionalmente como relaciones** entre situaciones activas en forma de modalidades (como los derechos y deberes del extranjero, las funciones - derechos y funciones - deberes del Estado) y las situaciones pasivas como las expectativas (son la responsabilidad de los Estados en el Derecho Internacional, la de sus funcionarios, la responsabilidad de los extranjeros ante el Derecho interno, así como las facultades de unos y otros); con el propósito de equilibrar el reconocimiento y protección de las personas naturales extranjeras y los intereses económicos, políticos y sociales del Estado.

VII- Reflexiones finales:

El dimensionamiento de los rasgos esenciales y de los elementos que conforman la estructura funcional de la relación Estado – persona natural extranjera, parte de un recorrido histórico, que ha permitido precisar sus antecedentes en las organizaciones políticas esclavistas y el origen de su constitucionalización en la Carta Magna Francesa de 1791.

La transformación de su contenido y de las peculiaridades de sus sujetos ha estado condicionada por disímiles factores de índole político, económico y social, permeada desde el punto de vista jurídico y social, por principios que históricamente han definido la posición de los extranjeros frente al poder estatal, como: la igualdad, la libre circulación y el postulado de soberanía; a partir del siglo XIX ha sido notable en el contenido de la relación, la influencia del Derecho Internacional, con la protección diplomática, la consular, la responsabilidad de los Estados, los sistemas internacionales de protección de los derechos humanos y el estatuto personal.

A partir del análisis histórico, comparado y adentrándonos en las concepciones doctrinales sobre la relación jurídica, se determina que la relación Estado – persona natural extranjera, tiene los rasgos esenciales, que a continuación se mencionan:

- ✓ Es el vínculo recíproco, dinámico, correlativo, constitutivo, de carácter público y temporal.
- ✓ Puede convertirse per se, en fuente de relaciones bilaterales entre Estados.
- ✓ Se manifiesta como una única relación que se divide en tres momentos, fases o etapas cíclicas, entrada, estancia y salida, cada una resulta presupuesto de la otra.
- ✓ Se establece a partir de que determinado Estado ejerce su poder político público sobre los extranjeros.
- ✓ Se estructura con arreglo a principios como la soberanía, la igualdad y la libre circulación.
- ✓ Se constituyen como sus límites, las normas del Derecho Internacional, el estatuto personal, la responsabilidad internacional, la protección diplomática y consular y el sistema internacional de garantías de los derechos humanos.
- ✓ Posee un fin aparentemente dicotómico, es el logro del equilibrio entre el reconocimiento y protección de las personas naturales extranjeras y los intereses estatales de carácter económico, político y social.

Los elementos estructurales de la relación Estado – persona natural extranjera son:

- ✓Los sujetos, el Estado y la persona natural extranjera (en su acepción más amplia, o sea, extranjeros y apátridas).
- ✓El contenido: compuesto por las situaciones activas (modalidades, contenido de la norma constitucional) como los derechos, deberes y garantías de la persona natural extranjera y las funciones - derechos y funciones - deberes del Estado; así como, las situaciones pasivas (expectativas), que comprenden la responsabilidad de los Estados, (en su condición de sujeto del Derecho Internacional y la de sus funcionarios en el ordenamiento jurídico interno) y la de los extranjeros ante aquel, así como las facultades de unos y otros.

Bibliografía:

- ✓ RAMOS CHAPARRO, E., *Ciudadanía y Familia: Los Estados Civiles de la Persona,* CEDECS, Barcelona, 1999.
- ✓ ALONSO DE, A., *Derecho Constitucional Español*, Universitas, Madrid, 1996.
- ✓ HERRERO DE MIÑÓN, M., "La Constitución como pacto", *Revista de Derecho Político*, número 48, Madrid, 1998.
- ✓ PÉREZ HERNÁNDEZ, L. y PRIETO VALDÉS, M. (Comp.), *Temas de Derecho Constitucional cubano*, 2a reimpresión, Félix Varela, La Habana, 2004
- ✓ LARA HERNÁNDEZ, E., CAÑIZARES A., F., FUNG RIVERON, T., "Globalización, Estado y Derecho", *Revista Cubana de Derecho*, número 13, enero – junio, Combinado Alfredo López, La Habana, 1999.
- ✓ DE LUCAS, J., El *desafío de las fronteras. Derechos humanos y xenofobia frente a una sociedad plural*, Temas de hoy S.A., Madrid, 1994
- ✓ LAMO DE ESPINOSA, E. (editor), *Culturas, Estados, ciudadanos. Una aproximación al multiculturalismo en Europ*a, Alianza, Madrid.
- ✓ CARBONELL, M., "Los retos del Constitucionalismo en el siglo XXI", AA.VV, *El Nuevo Constitucionalismo en América Latina. Memorias del Encuentro Internacional. El Nuevo Constitucionalismo. Desafíos y Retos para El Siglo XXI,* Corte Constitucional de Ecuador, Editora Nacional, Quito, 2010
- ✓ KELSEN, Hans. Teoría pura del Derecho, 2da. ed, Trad. y ed Roberto J. Bernenco, Universidad Nacional Autónoma de México, México d.f, 1982.
- ✓ GARCÍA ENTERRÍA, R., *La Constitución como norma y el Tribunal Constitucional,* Civitas S.A., Madrid, 1982.

003. HAS EXCESSIVE BUREAUCRACY TRANSFORMED COMMERCIAL ARBITRATION INTO A REPLICA OF LITIGATION?

Autor:

Mario Francisco Cuvi Santactruz
Decano de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de Universidad ECOTEC Ecuador
Master en Derecho (LL.M.)
mcuvi@ecotec.edu.ec

Abstract

This paper analyses developments in the practice of commercial arbitration. It reviews the main characteristics and modern procedural details of arbitration as experienced by practitioners and studied by scholars and applies a comparative technique to scrutinise the concept of arbitration becoming a replica of litigation. It starts by presenting the central issue of study and advances by considering advantages and disadvantages that arbitration can provide parties in relation to its fundamental feature, the ability to choose. It concludes with a critical evaluation of the current situation of arbitration and how education for lawyers and potential parties could amplify the benefits of arbitration.

Keywords

Arbitration, litigation, autonomy, business, flexibility.

INTRODUCTION

Modern commercial arbitration (arbitration) has become a complex and procedurally rigorous system of dispute resolution as compared to the simple rudimentary methods originally used by merchants to solve their disputes through a mutually chosen third party. That is a fact. But this does not equate to it being a replica of litigation. The creation and adoption by states of standardized laws, rules of procedure and guidelines, and the growth of regulatory bodies around arbitration have been criticized and accused of reducing the flexibility of arbitration and making it too formalistic and 'judicialized' (Greenberg, p. 57). But we need to remember that these are developments created to assist parties, arbitrators and lawyers in their attempt to obtain fair results in arbitration and are, except for rare cases such as mandatory rules, optional for the parties, and that is the critical feature of arbitration: the parties' ability to choose. This unique factor allows us to differentiate arbitration from litigation clearly.

'The concept of arbitration is a simple one. Parties who have a dispute agree to submit their disagreement to a person whose expertise or judgment they trust. They each put their respective cases to this person who listens, considers the facts and the arguments, and then makes a decision. That decision is final and binding on the parties: and it is binding because the parties have agreed that it should be.'(Redfern and Hunter, p. 2) This concept gives us the main differentiator, the critical element of arbitration, which is the ability of parties to choose.

It has been said by scholars such as Redfern and Hunter that this apparent ability to choose and simplicity is really held in place by a complex system of domestic and international laws and treaties. While there is truth in the statement, it does not eliminate

the fact that the essence of arbitration is choice and free determination of the parties, while litigation remains the default way of solving disputes were parties are governed by laws not chosen by themselves and are usually forced to enter without their consent.

In this deliberation the current work intends to analyse specific advantages and disadvantages that arbitration presents and how they compare to litigation to further appreciate if, in fact, arbitration has become a replica of litigation, especially in regard to the formality of proceedings.

METHODOLOGY

In order to achieve the objectives this paper stated, an empirical legal research has been developed, applying a descriptive style that intends to expose the main characteristics of the arbitration system as a conflict resolution method.

A comparative perspective has been utilized throughout the paper, which analyses, as objects of study, laws, statutes, jurisprudence, and legal doctrine. Given the importance of the development of new theories, customary law and practice have been secondary sources of study for this work. Digital databases, physical libraries in Ecuador, and judicial archives where studied to achieve results.

ADVANTAGES OF ARBITRATION WHEN COMPARED TO LITIGATION:

- *Optative.* The ability to choose to enter arbitration: Arbitration gives the parties the chance to analyse the pros and cons of the arbitral process and decide if it is the best way to resolve disputes. Litigation does not allow this.

- *Confidentiality.* Arbitration is a private and, except for some rare exceptions, confidential process. This is of great importance to the parties and potential parties to commercial arbitration. Businesses care about know-how and greatly value the ability to keep information private, even when sensitive information is not involved in arbitration reputation, and image plays a significant role in business. Both can be protected adequately in arbitration due to the privacy and confidentiality it provides. Furthermore, as seen in cases like Esso Australia Resources Ltd v Plowman (1995) 183 CLR 10 (Esso) (*Esso Australia Resources Ltd v Plowman p. 8*), parties tended to fight to get confidentiality in arbitration, and that has been noted by legislatures who have worked to provide confidentiality to parties of arbitration as a default setting to it, therefore providing for confidentiality of arbitration proceedings even when the parties haven't agreed to it.

- *Choice of own tribunal.* Arbitration allows parties to decide how many arbitrators are going to decide on the dispute and who they are going to be. This allows for flexibility in costs and provides an opportunity to get trusted, specialized experts to decide on a matter.

- *Neutrality.* Experienced arbitrators can look at issues with an impartial perspective and even when doubts about their neutrality could be raised in specific cases, because the parties choose them, there is always balance on a tribunal. Courts, on the other hand, can have a hard time when State interests are involved in litigation.

- *Jurisdiction.* If parties decide so in the agreement, and depending on the States involved, arbitrators can have unlimited jurisdiction, while courts always have defined jurisdiction in their statutory rules. Jurisdictional limits and interactions can become a significant issue in international disputes where sites, witnesses and parties from different jurisdictions are involved.

- *Flexibility.* The first and most important characteristic when it comes to the procedure in arbitration is that, within the limits of equality between the parties, everything is available for parties to decide upon, the ability to determine whether to enter arbitration, the number of arbitrators that will be part of the tribunal. Who will be on the tribunal, what law will govern the matter of the dispute, the law of the arbitration agreement, even the law for the arbitral procedure and the specific procedures that should be followed during the arbitration (including rules regarding evidence) can be decided by the parties. All legally based on the principle of parties' autonomy. Only when parties do not choose (or are ill-advised), then the regulations created by local, national, and international bodies enter arbitration as an aid to supplement what parties have not agreed upon.

The UNCITRAL Model Law on International Commercial Arbitration (ML) (United Nations Group Work III, p. 25) deals with procedure within arts. 18 to 33 ML. Throughout the text of the articles, there is a constant call to the agreement of the parties ruling every part of the procedure.

Moreover, when parties haven't agreed, most procedural matters are left to the discretion of the arbitral tribunal. Art. 19.2 ML states that where parties have failed to agree on rules of procedure,

the arbitral tribunal may conduct the arbitration in such manner, as it considers appropriate. There are procedural rules that apply to specific jurisdictions, such as IBA rules for the taking of evidence. Institutions have rules of proceeding that apply when parties choose an institution. Yet, they usually refer to particular matters such as evidence taking and even then the tribunal is given great power in regards of the conducting of the proceeding.

• *Continuity.* In arbitration, one tribunal or arbitrator will listen, analyse and decide on the whole case from beginning to end, while in litigation there usually are various judges and tribunals deciding on matters, which means a longer wait for a final decision.

• *Efficiency for resolution.* Modern arbitration is built as an efficient system of dispute resolution. Arts. 11, 13, 25, 28 and 32 ML provide mechanisms for the tribunal to continue proceedings even when parties can't agree in essential matters, do not attend proceedings, or even challenge an arbitrator. The system is made for solving disputes, not entrenching them in procedural recourses and appeals as it happens in many jurisdictions when matters go to court.

• *The finality of arbitration.* An arbitral tribunal issues its decision in the form of an award that is binding for the parties. Except for certain very narrow and limited recourses, which are covered in art. V of the 1958 New York Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards (NY Convention) and arts. 34 and 36 ML, an award of arbitration is final and directly enforceable by court action. In litigation, court decisions are subject to many different recourses like an appeal, a request for extension, a request for review, etc… which usually provoke longer delays for enforcement and generate more costs for the parties in regards of lawyer's bills, loss of time, loss of business opportunities and reputation. And 'a result that takes too long to achieve or is too expensive in terms of transaction costs is of diminishing value to businesses' (Naimark & Keer, p. 49). This is one of the main reasons why 'It is probably no over-generalizing to say that businessmen generally prefer arbitration to litigation whereas lawyers do not'(Kerr, p. 27). And 'even where the contract contains no provision for arbitration and where disputes have already arisen, businessmen will often still find themselves able to agree on arbitration as the most amicable way of resolving them' (Kerr, p. 27-30).

• *International Enforceability.* One of the most important advantages (if not the most important one) of arbitration versus litigation is the internationally enforceable decision it creates. This advantage is made even greater when we consider that international treaties that govern the enforcement of arbitral awards (such as NYC) have much greater acceptance internationally than treaties for the reciprocal enforcement of judgments(Redfern and Hunter, p. 13 - 20). In that regard, Justice Kerr said: 'The effect of the New York Convention is that in most of the main trading countries in the world, arbitration awards are more easily enforceable than judgments, which of course in itself supplies a great spur to arbitration.' (Kerr, p. 28)

DISADVANTAGES OF ARBITRATION WHEN COMPARED TO LITIGATION:

• *Costs.* Although it is true that arbitration usually aids on getting a final decision in less time when compared to litigation and that means fewer expenses in legal advice, arbitration can be expensive. For arbitration to happen there is a need to cover the following costs:

1) Arbitrators, professionals of high standing who will generally require substantial fees.
2) Administrative and institutional fees (in institutional arbitration) can be significant.
3) Expert witnesses may be needed, and they can be costly,
4) Logistics. Parties, their lawyers, witnesses, and members of the tribunal may have to displace themselves to the agreed venue. This travel expenses can stack up to high fees and are all covered by the parties. In most national jurisdictions the service of judges cost nothing or a negligible court fee and the venue is the court.
5) Furthermore, parties usually need to pay a part of the cost of arbitration in advance for it to proceed.

• *Arbitration only binds the parties to the agreement.* As arbitration is based on an agreement between the parties, it will only bind those parties who agreed upon it, whereas in litigation many parties can be brought in to a specific cause, which in cases can be of benefit to the parties.

• *Arbitration lacks the coercive power of the State.* Although arbitration creates a final binding award for the parties, and according to art. 17 ML can even order interim measures any time prior to the issuance of the award; in current times it is not able to enforce any of these by its own power. It must always ask for the assistance of the courts for this to happen. This is probably the most significant disadvantage that arbitration has when compared to litigation, and an important point to set them apart too.

It is important to mention though that even when courts are needed for enforcement, the procedure is covered by the 1958 New York Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards and the UNCITRAL Model Law on International Commercial Arbitration so it is not up for local courts to decide on an award's merits but only to aid on its enforcement. In most jurisdictions, it rarely is a matter that affects the final result of arbitration.

• *Potential judicial intervention in stages of arbitration.* Courts are a part of the arbitration process. They provide the arbitrator(s) with the ability to use the coercive power of the state. Without the courts, arbitration would depend on the party's decision to respect the arbitrator(s) award. On this matter, it is certain that courts can help and do affect the arbitration process and its common practice.

Courts can start arbitration; they do so when they decide to stay court proceedings in favour of arbitration. In certain cases courts can appoint arbitrators, they provide support during proceedings when interim measures are needed (either by granting them or by enforcing those ordered by the arbitrators), and courts enforce awards once they are issued. Given these facts, a point could be made in regards to potential judicial intervention, and yet, decisions of various courts have shown how they have been respectful of arbitration where they have had to make a decision on it.

Transfield Philippines Inc v Pacific Hydro Ltd [2006] VSC 175 (*Transfield Philippines Inc v Pacific Hydro Ltd*, 2006), Ferris v Plaister (1994) 34 NSWLR 474 (*Ferris v Plaister (1994) 34 NSWLR 474*), Fiona Trust v Privalov [2007] UKHL 40 (*Fiona Trust v Privalov [2007] UKHL 40*) and Comandate Marine Corp v Pan Australia Shipping Pty Ltd [2006] FCAFC 192 (*Comandate Marine Corp v Pan Australia Shipping Pty Ltd [2006] FCAFC 192*) are some of the cases where judges

have helped develop theory and decided in favour of arbitration. They do so in different ways, the most representative being the decision of not allowing parties or their lawyers to use the courts to avoid arbitration. Courts have discouraged the use of loopholes in the law as a way to avoid fulfilling the contractual obligation of an arbitration agreement. These decisions demonstrate that judicial intervention in current times is mostly in aid of arbitration and not against it and is therefore desired.

CONCLUSION

Having analyzed the main advantages and disadvantages of arbitration when compared to litigation, it can be concluded that commercial arbitration is not a replica of litigation. Yes, some elements of arbitration could be improved, but it seems like the primary need for arbitration at the moment is the education of potential parties and lawyers.

Spreading the advantages and basic principles of arbitration amongst businesses can greatly benefit the arbitration community. Providing stakeholders and decision-makers with information on arbitration can help not only differentiate arbitration from litigation clearly but could also provide for a broader audience for commercial arbitration proceedings. If businesses understand that party autonomy is available to them through commercial arbitration, they would be in a position to request their legal advisors to take the utmost advantage of the process. If we provide lawyers with training in arbitration, they will become better at the entire process, and more importantly, at drafting arbitration clauses, therefore eliminating the need for extensive regulation from legislative bodies or the intervention of the courts in arbitration proceedings.

It is therefore recommended that the arbitration community embark on the promotion of the main characteristics, benefits, and rules of arbitration amongst the general public and the business world in the upcoming years. Such action has the potential of significantly improving levels of knowledge and engagement with arbitration.

BIBLIOGRAPHY

- Alvarez, J. E. (2016). *The impact of international organizations on internationallaw*. Leiden ; Boston: Brill/Nijhoff. Recuperado de https://ezp.lib.unimelb.edu.au/login?url=http://dx.doi.org/10.1163/9789004328402

- Amerasinghe, C. R. F. (2011). *International Arbitral Jurisdiction*. Martinus Nijhoff Publishers.

- Arbitration Institute of the Stockholm Chamber of Commerce. Roseinvestco UK Ltd. V. The Russian Federation, No. 3886 (Arbitration Institute of the Stockholm Chamber of Commerce el 12 de septiembre de 2010).

- AT&T Corporation & Anor v Saudi Cable Company [2000] EWCA Civ 154 (EWCA (Civ) el 15 de mayo de 2000). Recuperado de http://www.bailii.org/ew/cases/EWCA/Civ/2000/154.html

- Booth, R. (2014, julio 30). WikiLeaks reveals Australian gagging order over political bribery allegations. *The Guardian*. Recuperado de https://www.theguardian.com/world/2014/jul/30/wikileaks-australia-super-injunction-bribery-allegations

- Bowen, A. A. (2005). The Power of Mediation to Resolve International Commercial Disputes and Repair Business Relationships. *Dispute Resolution Journal*, *60*(2), 58–65.

- Butler, N., & Subedi, S. (2017). The Future of International Investment Regulation: Towards a World Investment Organisation? *Netherlands International Law Review*, *64*(1), 43–72. https://doi.org/10.1007/s40802-017-0082-5

- Comandate Marine Corp v Pan Australia Shipping Pty Ltd, No. 192 (FCAFC el 20 de diciembre de 2006). Recuperado de http://www.austlii.edu.au/au/cases/cth/FCAFC/2006/192.html

- Development, I. I. for S., & Mann, H. L. (2005). *IISD Model International Agreement on Investment for Sustainable Development*. International Institute for Sustainable Development= Institut international du développement durable. Recuperado de http://wgbis.ces.iisc.ernet.in/biodiversity/sdev/investment_model_int_handbook.pdf

- Enrique Jaramillo. (2016). *Commercial and Economic Law in Ecuador* (I). Kluwer Law International.

- Escher, A., & Bradlow, D. D. (1999). *Legal aspects of foreign direct investment*. The Hague ; Boston : Kluwer Law International, c1999.

- Ferris v Plaister (1994) 34 NSWLR 474.

- Governments of the United States and Ecuador. Treaty Between the United States of America and the Republic of Ecuador Concerning the Encouragement and Reciprocal Protection of Investment - Treaty Doc. No. 103-15 (1993).

- Happ, R., & Rubins, N. (2013). *Digest of ICSID awards and decisions. 1974-2002*. Oxford: Oxford University Press.

- Howse, R., & Chalamish, E. (2009). The use and abuse of WTO law in investor-state arbitration: A reply to Jürgen Kurtz. *European Journal of International Law*, *20*(4), 1087–1094. https://doi.org/10.1093/ejil/chp105

- Howse, Robert. (2016). The Assault on International Law. *Ethics & International Affairs*, (1), 137.

- ICSID. Decision on Jurisdiction - Amco v. Indonesia - ICSID Case No. ARB/81/1 (el 25 de septiembre de 1983).

- ICSID. Perenco Ecuador Ltd v. The REpublic of Ecuador and Empresa Estatal Petroleos del Ecuador (Petroecuador), Decision on Remaining Issues of Jurisdiction and Liability, ARB/08/6 (ICSID).

- K. V. S. K. Nathan. (2000). *ICSID Convention: The Law of the International Centre for Settlement of Investment Disputes* (1a ed., Vol. 1). JurisNet, LLC. Recuperado de https://www.amazon.com/ICSID-Convention-International-Settlement-Investment/dp/1929446055/ref=sr_1_2?s=books&ie=UTF8&qid=1484130327&sr=1-2&keywords=ICSID+Convention%3A+The+Law+of+the+International+Centre+for+Settlement+of+Investment+Disputes

- Macías, M. J. L. (2016). *Reliance on Alternative Methods for Investment Protection through National Laws, Investment Contracts, and Regional Institutions in Latin America*. Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198738428.003.0013

- Mackenzie, R. (Ed.). (2010). *Manual on international courts and tribunals* (2nd ed). Oxford: Oxford University Press.

- R Mortensen, R Garnett, & M Keyes. (2011). *Private International Law in Australia* (2nd ed.).

- Redfern and Hunter. (2009). *An Overview of International Arbitration*.

- Richard Naimark, & Stephanie Keer. (s/f). Expectations and Perceptions of Attorneys and Business PEople. A forced-rank analysis.

- Rogers, Q. A., & Launders, R. (1994). Separability – the Indestructible Arbitration Clause. *Arbitration International*, *10*(1), 77–90. https://doi.org/10.1093/arbitration/10.1.77

- Saudi Arabia v Arabian American Oil Company, 47 27 (ILR 1963).

- Shihata, I. F. I. (1986). Towards a Greater Depoliticization of Investment Disputes: The Roles of ICSID and MIGA. *ICSID Review - Foreign Investment Law Journal*, *1*(1), 1–25. https://doi.org/10.1093/icsidreview/1.1.1

- Simon Greenberg. (2016). *International Commercial Arbitration*.

- Tawil, G. S. (2009). *Most Favoured Nation clauses and jurisdictional clauses in investment treaty arbitration*. Recuperado de http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780199571345.001.0001/acprof-9780199571345-chapter-3

- The UNCITRAL Model Law on International Commercial Arbitration.

- United Nations. Vienna Convention on the Law of Treaties (1969).

- 1958 New York Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards.

004. LA HABILITACIÓN CONSTITUCIONAL EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Autor:
Fidel Egas Chiriboga
Docente de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad ECOTEC
Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República
Magister en Negociación y Comercio Internacional
Magister en Derecho Constitucional
fegas1@yahoo.es
Guayaquil-Ecuador

I. OBJETIVOS Y RESULTADOS ALCANZADOS.

Objetivos. -
1.- Determinar que la falta de cláusulas de habilitación interna en las Constituciones nacionales, es capaz de permitir la creación de organizaciones supranacionales, que se encuentren por encima de las estructuras de los Estados nacionales, generando **(i)** una cesión o delegación de competencias a favor de una organización supranacional y **(ii)** produciendo un retroceso en la concepción tradicional de soberanía.
2.- Determinar que la globalización permite la creación de organizaciones supranacionales, que se encuentran por encima de las estructuras de los Estados nacionales, generando que **(i)** los Estados nacionales tengan dependencia y subordinación externa y **(ii)** una desconfianza interna en los Estados miembros en la producción de bienes y servicios.
3.- Determinar que la falta de un sistema jurídico internacional fuerte, es capaz de producir organizaciones supranacionales, que se encuentren por encima de las estructuras de los Estados nacionales, generando **(i)** una percepción de inseguridad jurídica interna y **(ii)** una parálisis en la construcción del nuevo pacto entre capital y trabajo.

Resultados alcanzados.-
1.- El establecimiento y aplicación de cláusulas de habilitación interna en las Constituciones nacionales que impidan la creación de organizaciones supranacionales que se encuentren por encima de las estructuras de los Estados nacionales.
2.- Impedir que la globalización y el comercio internacional permitan la dependencia y subordinación externa en el plano jurídico, cultural y económico.
3.- La existencia de un sistema jurídico internacional fuerte y vinculante que impida la generación de organizaciones supranacionales, que se encuentren por encima de las de los ordenamientos jurídicos nacionales.

II. RESUMEN.

Desde la creación del Estado moderno, el Estado Constitucional se ha constituido en el modelo de Estado más avanzado creado por el ser humano para regular las relaciones entre el Estado y sus ciudadanos, y los ciudadanos entre sí, teniendo a la dignidad humana, como nuevo eje central del pensamiento político y jurídico, instaurándose modelos de control de constitucionalidad para

la protección de los derechos, en instancias no cercanas al poder, asumiendo lógicas diferentes a las asumidas por las tradicionales funciones del Estado, que anteriormente la controlaban, como la ejecutiva y la legislativa, dirigidas al orden, la seguridad, la legalidad y al respeto de la autoridad.

La Constitución de la República establece que se necesitará la aprobación de la Asamblea Nacional y el dictamen previo de la Corte Constitucional para la ratificación de los Tratados internacionales que **(i)** contenga el compromiso de expedir, modificar o derogar una ley, **(ii)** se refieran a los derechos y garantías establecidas en la Constitución, **(iii)** que comprometan la política económica del Estado establecida en el Plan Nacional de Desarrollo a condiciones de instituciones financieras internacionales o empresas transnacionales, **(iv)** que comprometan al país en acuerdos de integración y de comercio y **(v)** que atribuyan competencias propias del orden jurídico interno a un organismo internacional o supranacional.

III. INTRODUCCIÓN.

Todo proceso de unificación, asociación, integración, o cualquier otra entidad societaria creada por el ser humano, ya sean de personas naturales o jurídicas, nunca ha sido fácil ni pacífica, desde el matrimonio hasta la integración de países, pasando por la de empresas. Muy por el contrario, siempre se encuentra subordinado a los avatares de las relaciones complejas existentes dentro de los cuerpos que ya se encuentran consolidados a través de la historia, ya sea por orígenes comunes, idioma, costumbres, y porque no decirlo, de intereses económicos y jurídicos, válidamente estructurados.
La presente investigación reflejar parte de esa problemática: La contraposición de intereses “míos” y los “nuestros”, entre los Estados miembros individualmente considerados como soberanos e independientes, y los mismos Estados miembros considerados colectivamente, pero no en el plano interestatal, sino en el plano supranacional, donde quedarán resentidas las estructuras internas por la delegación de competencias administrativas, jurídicas y jurisdiccionales propias de dichos Estados, a favor de una tercera persona, que se encuentra por encima de ellos. El presente trabajo describe **(i)** el Comercio y la integración, **(ii)** la Soberanía y Derecho, **(iii)** la habilitación constitucional y, **(iv)** un análisis comparativo entre la Comunidad Andina de Naciones y la Unión Europea.

IV. PALABRAS CLAVES

Comercio, Habilitación Constitucional, Integración.

V. METODOLOGÍA

El método de investigación utilizado en el presente trabajo es el bibliográfico, en tal virtud, se utilizaron textos especializados, de autores apreciados y reconocidos, tanto a nivel nacional como a nivel internacional, en las áreas específicas de cada tema tratado, constituyéndose en un análisis jurídico – descriptivo - correlacionar, en virtud del cual, hemos procedido a ofrecer la descripción de características, identificando y descomponiendo los diferentes elementos comprometidos en la investigación.

CAPÌTULO 1.

COMERCIO E INTEGRACIÓN.

1.1.- Comercio.

1.1.1.- Concepto y alcances. -

El comercio es un concepto simple, ya que solamente es capaz de ofrecernos la idea de una "utilidad", producto de la compraventa de mercancías (Cabanellas, 1981)[103], y cuando dicho comercio es dentro de nuestras fronteras, recibe el nombre de comercio interno; pero cuando es fuera de nuestras fronteras, recibe el nombre de comercio externo o exterior, actuando, simplemente, como un facilitador entre la oferta y la demanda (Behrens, 1975)[104]. El comercio es como una bisagra entre la producción y el consumo. Permítaseme insistir, y dejar en claro para el desarrollo de nuestro análisis, de la simpleza del término "comercio", ya sea en el ámbito interno, como en el externo. La finalidad siempre será la misma, el simple intercambio de bienes. El principal e inmediato beneficio de los pueblos mediante el comercio, lo tenemos en la expansión internacional de los mercados para los productos generados en un país, caso contrario, nuestros productores no sabrían qué hacer con la producción excedentaria, y adicionalmente, en virtud de que un país no puede producir todos los productos requeridos por sus pueblos, aprovecharían de los productos generados por otros países para satisfacer el consumo (Requeijo, 1998)[105].

1.1.2.- Política comercial. -

La política comercial es la encargada de instrumentalizar el comercio externo, mediante los mecanismos de Estado – generalmente normativas – y los del mercado, que pueden ir destinados, tanto a liberalizar el comercio, como para restringirlo (Behrens, 1975)[106]. Cabe advertir, que solamente al Estado, en su potestad soberana, le corresponde establecer la política de comercio externo de un país, a menos que haya suscrito convenios bilaterales o multilaterales que lo sujeten a otra clase de políticas, más o menos diferenciados, con los demás países que suscribieron dichos convenios.

1.1.3.- Instrumentos de la política comercial. -

La política comercial de un país genera instrumentos para viabilizar dicha políticas. Las medidas arancelarias y no arancelarias son algunos de los instrumentos que utilizan los países para regular su comercio internacional, y así, en nuestro país, los tenemos establecidos en los artículos 77, 78 y 79, del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (en adelante el "COPCI").

---

[103] *"Negociación o actividad que busca la obtención de ganancia o lucro en la venta, permuta o compra de mercaderías…"* (Cabanellas, 1981. tomo II. pàg.211).

[104] *"Mientras el comercio exterior hace funcionar los movimientos de mercancías más allá de las fronteras aduaneras de un país, el comercio interior se dedica al intercambio de mercancías dentro de las fronteras nacionales (…) la función del comercio como mediador entre la producción y el consumo".* (Behrens, 1975. pàg.12).

[105] *"A través del comercio internacional, los mercados se expanden, aumenta la especialización y mejoran las economías de escala. Todo lo cual significa que la producción, la renta y el empleo de un país se ven impulsados por su actividad exportadora…"* (Requeijo, 1998. pàg. 8)

[106] *"La política del comercio exterior es la totalidad de las medidas con las cuales el Estado u otros grupos organizados estructuran el comercio exterior de un país, es decir, el intercambio de mercancías a través de las fronteras de este país…"* (Behrens, 1975. pàg. 21).

1.1.4.- Principales amenazas al comercio internacional.-

Todos los pueblos, y por ende, todos los seres humanos, desde las épocas de las cavernas, tenemos la percepción de que, juntos "hacia adentro", tenemos mejores oportunidades de subsistir. Una especie de atrincheramiento, no solamente entre las relaciones personales, sino también en nuestras relaciones de intercambio con otras comunidades. Es decir, la idea de "apertura", en todas sus manifestaciones, no es un elemento intrínseco de la naturaleza humana. El "aperturismo", ya sea "bobo" o "inteligente", es una construcción humana, un producto histórico que se ha ido desarrollando paulatinamente, de acuerdo a contextos temporales y espaciales. La versión más desarrollada de ese atrincheramiento se lo conoce como "proteccionismo", que no es más que el temor que sienten los nacionales de un país, por la competencia en el comercio exterior con otros países, lo que se traduce en la imperiosa necesidad de exigir a sus gobiernos, el fortalecimiento de la política de comercio exterior, mediante la normativa respectiva, para asegurar la producción, comercio y consumo de uno o varios productos determinados. Cabe aclarar, que el proteccionismo no solamente es advertido por los países subdesarrollados, sino también por los países desarrollados, unos y otros, con diversos argumentos para conseguir una justificación (Requeijo, 1998)[107]. En nuestro país, el art. 88 del COPCI, establece algunos de los mecanismos de defensa comercial disponibles.

1.2.- Integración. -

1.2.1.- Concepto y alcances. -

La integración es un concepto más amplio, ya que no solamente es capaz de ofrecernos la idea de una "utilidad", producto de la simple compraventa de mercancías, sino que es un proceso con un horizonte más complejo, más completo, que incorpora y sintetiza a todos sus miembros en objetivos comunes (Cabanellas, 1981)[108], que se puede iniciar desde una zona de libre comercio hasta conseguir la integración total y completa (Requeijo, 1998)[109], en virtud del cual, la finalidad última es la creación de una instancia supranacional, distinta a todos sus miembros (Balasa, 1975)[110]. Los países mantienen mecanismos y características que les permiten diferenciarse de los demás países, como por ejemplo, políticas arancelarias y no arancelarias, económicas, cambiarias, monetarias, fiscales, etc, y mediante la integración económica, los países inician un proceso de estandarización y eliminación de dichas diferencias (Tuggores, 1999)[111].

---

[107] *"La razón de fondo de cualquier reacción proteccionista en cualquier momento de la historia económica del mundo, es que un sector productivo, o un conjunto de sectores, se sienten amenazados por la competencia exterior y reclaman de sus gobiernos medidas que eviten tal situación, generalmente devastadora para la producción, empleo y renta del sector o sectores: La génesis del problema es, consecuentemente, la misma, y lo único que cambia con el tiempo es su caracterización y las medidas postuladas para solucionarlo…"* (Requeijo, 1998. pàg. 20).

[108] *"Constitución de un todo reuniendo sus partes. Composición de un conjunto homogéneo mediante elementos antes separados y más o menos distintos…"* (Cabanellas, 1981. tomo iv. pàg. 451).

[109] *"La integración consiste en eliminar, de manera progresiva, las fronteras económicas entre países; de ahí las diferentes fórmulas integradoras, donde se distinguen entre integración negativa e integración positiva: las medidas negativas suponen eliminar los obstáculos que separan las economías y son, generalmente, las más fáciles de definir y adoptar (por ejemplo suprimir los aranceles entre países miembros); las medidas positivas entrañan mecanismos de cooperación (por ejemplo, armonizar políticas macroeconómicas) que se van ampliando conforme la integración avanza y que resultan, normalmente, más complicadas de poner en práctica…"*(requeijo, 1998. pàg. 42 y 43).

[110] *"La integración económica presupone la uniformidad de la política monetaria, financiera, social y coyuntural, y exige la fundación de una autoridad supranacional o de un Estado federal"* (Balasa, 1975.pàg.69).

[111] *"La integración económica es el proceso mediante el cual los países van eliminando esas características diferenciales…"* (Tugores, 1999. pàg 167).

Las sociedades humanas, y posteriormente, su representación política, el Estado, han estado sujeto a cambios, que han incidido, significativamente, en las diversas formas de sentir, pensar y actuar jurídicamente. En tal virtud, se fueron creando modelos de Estado en base a factores de crisis, intereses y de valores sociales imperantes en un momento determinado (Avila, 2009), necesariamente negadoras de las anteriores, ya sean, religiosos, económicos, políticos, comerciales o de cualquier otra naturaleza, los mismos, que se encargaron de generar diversos ordenamientos jurídicos, para la justificación racional de los mismos, y así tenemos, al Estado de Derecho y al Estado Social de Derecho. En mi opinión, así como, los modelos de Estado, son productos sociales históricos, y como tal, difícilmente estáticos. En cada momento histórico existirá un modelo de sociedad y un modelo de Estado. Con relación al éxito integracionista de Europa, con respecto al de Latinoamérica, todavía se discuten dos teorías, si la apertura de los mercados generó el crecimiento económico, o si por el contrario, es el crecimiento económico lo que generó la apertura de los mercados, las mismas, que procederé a explicar desde las visiones del Estado de Derecho y del Estado Social de Derecho.

1.2.2.- Grados de integración. -

Para llegar a la integración total y completa, se debe pasar por una especie de gradación, constituida por cinco etapas principales, de carácter progresivo, como son: **(i)** una zona de libre comercio, en virtud del cual, los países deciden, generalmente por medio de convenios, proceder a la eliminación de las barreras comerciales existentes, **(ii)** unión aduanera, en virtud del cual, además de existir una zona de libre comercio, los países miembros establecen un arancel externo común frente a terceros países, no suscriptores del convenio, **(iii)** un mercado común, en que, además de existir una unión aduanera, establecen la libre circulación de factores de la producción, como capital y trabajo, **(iv)** la unión económica, donde los países proceden a la estandarización de las políticas económicas (monetarios, cambiarios, fiscales) y, **(v)** la unión política, que es la última fase, la de mayor grado, en virtud del cual, las políticas van a ser creadas y dirigidas por órganos supranacionales, distintos de los miembros que los conforman, cediendo los países miembros, parte de su soberanía en las materias especificadas en los convenios de formación (Guzmán, 1998), (Tuggores, 1999). Consideramos indicar, que los procesos de integración se direccionan de menos a más, que dependen de circunstancias endógenas y exógenas de los Estados miembros, es un proceso evolutivo que se inicia desde una simple eliminación de barreras arancelarias hasta una unión política, pasando por la unión económica y monetaria. (Montaño C. , 2013).

Capítulo 2. Soberanía y Derecho.

2.1.- Soberanía.

2.1.1.- Concepto y alcances.-

El concepto de soberanía ha sido producto de un largo proceso de redefinición y de reinterpretación de su término, que ha transcurrido desde el tradicionalismo de las soberanías absolutas de las monarquías, donde no era admisible la existencia de un poder superior al monarca o al Estado, hasta terminar con el concepto de soberanías relativas, en virtud del cual, se reconoce expresamente que la soberanía admite límites, admite fronteras, como es el caso, por ejemplo, de los derechos humanos (Montaño, 2012), pasando por las discusiones donde se hacía referencia al

sujeto beneficiario de la soberanía, si era el Estado o si eran los pueblos, y en donde la modernidad ha permitido que la soberanía pueda ser analizada que la titularidad de la soberanía la asume el pueblo, pero su ejercicio puede ser delegado a instancias nacionales o internacionales, a solicitud de este. (Montaño, 2012). Bajo esta línea argumentativa, cuando un Estado suscribe un tratado de integración, procede a delegar parte del "ejercicio" de la soberanía, pero no la "titularidad" de la misma, porque dicho Estado nunca tuvo la titularidad de la soberanía, sino el pueblo, tal como lo indica el artículo 1 de la Constitución de la República (en adelante la "CRE").

2.1.2.- Derecho de Integración y Derecho Comunitario. -

Es una relación de género y especie. El Derecho de Integración es regulado por el Derecho Internacional General, es decir, destinado a la asociación y cooperación de los Estados miembros, sin que exista la posibilidad, por lo menos en sus inicios, que el organismo creado pueda tener una autonomía propia con relación a los Estados miembros y al margen del derecho internacional (Alarcon, 2013). Consideramos que el grado de integración o de comunidad dependerá del mayor o menor grado de cesión de las competencias soberanas por parte de los Estados miembros, de acuerdo a sus cláusulas de habilitación constitucional y del mayor o menor grado de cumplimiento por parte de los Estados miembros. Es decir, que a mayor o menor grado de cesión en el ejercicio de las competencias soberanas, dependerá si es derecho de integración o de derecho comunitario (Montaño C. , 2013).

2.1.3.- El Derecho de integración y el Derecho Interno.

Como una tradicional tendencia de los tratados de integración, podemos establecer que las normas del Derecho de Integración no tienen supremacía sobre las constituciones de los Estados miembros, porque rigen en dimensiones distintas, no pueden estar en competencia, y por ende, no pueden existir contradicciones entre las normas de la integración y las normas constitucionales de los Estados miembros. En cambio, las normas del Derecho de Integración sí tienen primacía sobre las normas del derecho interno de los Estados miembros (Pérez Royo, 2010)[112]. Las Constituciones de los Estados miembros son fuente directa de habilitación para la suscripción de los Tratados de Integración (Storini, 2013).

2.2.- Derecho.-

2.2.1.- Habilitación constitucional de los Estados miembros.-

En un proceso integracionista va a repercutir el grado de flexibilidad o rigidez de constitucionalidad que tengan los Estados miembros para ceder sus soberanías, ya que si sus constituciones nacionales tienen la característica de ser flexibles, permitirán la cesión de algunas o de todas sus competencias soberanas, o si por el contrario, si son rígidas, se encontraría vedada tal posibilidad, y esto es debido al criterio tradicionalmente arraigado sobre la soberanía, donde el Estado, a nivel interno, no acepta que exista ningún poder sobre él, y a nivel externo actúa siempre en posición de igualdad con los demás Estados (Storini, 2013). Las cláusulas de habilitación constantes en las Constituciones nacionales de los Estados miembros, constituyen límites de actuación por parte de

---

[112] *"Como acabamos de ver, el Derecho de la Unión y el Derecho Constitucional no compiten nunca. O mejor dicho, no pueden competir nunca. Cada uno está en un plano distinto, y en consecuencia, entre uno y otro no pueden producirse contradicciones…"* (Pèrez, 2010. pàg. 887).

todos los poderes que se encuentren inmersos, en sus constantes relaciones nacionales e internacionales, constituyéndose en un lento, pero seguro proceso de "constitucionalización" de las relaciones internacionales (Montaño C. , 2013). Para la formación de un derecho para la integración, se requiere que en las Constituciones nacionales existan las denominadas "cláusula de habilitación", en virtud del cual, desde la propia Constitución, se permita la cesión de algunas de sus competencias soberanas, creándose un organismo distinto con la capacidad de ser obedecida por los Estados miembros y por sus ciudadanos. (Storini, 2013).

En nuestro país, los artículos 419 y 438 de la CR establecen que se necesitará la aprobación de la Asamblea Nacional y el dictamen previo de la Corte Constitucional para la ratificación de los tratados internacionales que, entre otros, **(i)** contengan el compromiso de expedir, modificar o derogar una ley, **(ii)** se refieran a los derechos y garantías establecidas en la Constitución, **(iii)** que comprometan la política económica del Estado establecida en el Plan Nacional de Desarrollo a condiciones de instituciones financieras internacionales o empresas transnacionales, **(iv)** que comprometan al país en acuerdos de integración y de comercio y **(v)** que atribuyan competencias propias del orden jurídico interno a un organismo internacional o supranacional.

2.2.2.- La supremacía/primacía del derecho de integración. -

Generalmente se suele confundir dos términos: la supremacía y la primacía. Son dos dimensiones diferentes. La supremacía hace relación con la jerarquía constitucional, es decir, con un sistema jurídico jerárquico, donde la Constitución se encuentra en la cúspide del sistema, y sirve de fundamento de validez para la misma, de tal modo, que todo el sistema jurídico se fundamenta en la Constitución (Pérez Royo, 2010)[113], mientras que la primacía se refiere a que los tratados internacionales de integración son, al mismo tiempo, infra constitucionales y supra legales (Sola, 2009). La primacía se sustenta en los niveles de aplicación, en virtud del cual, entre dos normas, inicialmente válidas, se elige una de ellas, para ser aplicada de forma preferente en un caso concreto (Pérez Royo, 2010)[114]. Es así que, los tratados de integración, mantienen primacía sobre los ordenamientos jurídicos internos de los Estados miembros, cuando se trate de asuntos de sus competencias propias, previamente otorgadas por los mismos Estados miembros. En nuestro país, la supremacía de la CRE sobre los tratados internacionales y la primacía de los tratados internacionales sobre el ordenamiento jurídico interno la tenemos establecido en el artículo 425 de la CRE.

2.2.3.- La eficacia y aplicación directa del derecho de integración.-

Como corolario de lo anteriormente expresado, es fácil deducir, que las normas del derecho de integración, por ser fuente de derechos y obligaciones, pueden ser invocadas de manera directa por parte de los Estados miembros y por parte de cualquier persona nacional de los mismos, que crea tener el derecho, ante los funcionarios públicos administrativos y/o judiciales de los Estados

---

[113] *"La supremacía se sustenta en el carácter jerárquico de una norma, y por ello, es fuente de validez de las que le están infraordenadas, con la consecuencia, pues, de la invalidez de éstas si contravienen lo dispuesto imperativamente en aquella…"* (Pèrez, 2010. pàg. 877).

[114] *"La primacía no se sustenta necesariamente en la jerarquía, sino en la distinción entre ámbitos de aplicación de diferentes normas, en principio válidas, de los cuales, sin embargo, una o unas de ellas tienen capacidad de desplazar a otras en virtud de su aplicación preferente o prevalente debida a diferentes razones…"* (Pèrez, 2010. pàg. 877).

miembros, por asuntos relacionados con sus competencias específicas, expresamente establecidos en los tratados de integración (Pérez Royo, 2010)[115].

2.2.4.- Valores y principios. -

Los Estados constitucionales modernos, así como el desarrollo de los procesos de integración, son productos de la segunda postguerra. El holocausto fue la barbarie que ayudó a despertar, procediendo a la generación de elementos claves para su desarrollo, debido a que **(i)** las sociedades se hicieron complejas, ya que no solamente había que proteger los intereses de la burguesía y de los trabajadores, sino también de todos los seres humanos, sin importar su edad, sexo, condición social, color, orientación sexual, etc., **(ii)** la función legislativa fue perdiendo legitimidad o espacio representativo, siendo reemplazado por la Constitución, creándose, un nuevo modelo de Estado, el Estado Constitucional. De aquí en adelante, será la Constitución, el eje central de todo el nuevo sistema, vinculando a todas las funciones del Estado y a todas las personas, **(iii)** la creación de un control de la constitucionalidad de las normas y de los actos del poder público, a través de un Tribunal o Corte Constitucional, **(iv)** la creación de garantías jurisdiccionales para la protección de los derechos establecidos en la Constitución. En este modelo, la Constitución tiene fuerza normativa. El nuevo axioma se configura como el reconocimiento de la dignidad humana (Baquerizo, 2011).

Dentro del contexto del Estado Constitucional, ya no ejerce un predominio la ley, sino los derechos. La validez de la ley se encuentra relacionada no solamente con sus elementos formales sobre su producción, sino también con las normas sustanciales de su contenido, es decir, que una vez cumplidos con los elementos formales de su producción y las normas sustanciales de su contenido, una norma, recién, es justa y válida (Ferrajoli, Democracia y Garantismo, 2008 Edición de Miguel Carbonel)[116]. En nuestro paìs, a partir de la CRE de 2008, siguiendo una corriente doctrinaria nacida en paìses europeos, ha asumido el constitucionalismo contempòraneo, que implica, que en todo nuestro derecho se encuentran interactuando, permanentemente, valores, principios y reglas, por lo que, se entiende como un avance civilizatorio irrenunciable (López, 2012 sexta reimpresiòn)[117].

Los valores de los Estados constitucionales miembros de un proceso de integración, tienen características de ser estructuras en realidades amplias e indeterminadas, deseadas y aceptadas por los seres humanos que viven en sociedad, es decir, que no exigen precisiones cerradas y determinadas de dichas estructuras o realidades (Guerrero, 2007). Son los contenidos deseados y aceptados por las sociedades de los Estados miembros, sobre los que se estructura el orden integral del sistema constitucional y de los sistemas políticos, económicos, y culturales, y entre ellos, se encuentran los sistemas de integración y comunitarios (Sánchez, 2008).

---

[115] *"Por eficacia directa se entiende que las normas de Derecho de la Unión son fuente de derechos y obligaciones, no sólo para los Estados sino para todos los ciudadanos de los países integrados en la Unión europea y, en consecuencia, pueden ser invocadas ante las autoridades administrativas y alegadas ante los tribunales de justicia de todos los Estados miembros…"* (Pèrez, 2010. pàg. 887).

[116] *"…Cambian en primer lugar las condiciones de validez de las leyes, que dependen del respeto ya no sólo de normas procedimentales sobre su formación, sino también de las normas sustanciales sobre su contenido"*. (Ferrajoli, 2008. pàg.31. edición de Miguel carbonel).

[117] "*La doctrina constitucional saluda con gran entusiasmo esta apertura y masificaciòn de los derechos. La entiende como un avance civilizatorio irrenunciable y, en consecuencia utiliza la metàfora de la flexibilidad constitucional: El Derecho Constiutucional no sòlo tiene *textura abierta* (H.L.A. Hart) sino que adicionalmente es un derecho polìticamente *dùctil*, *maleable*, *lìquido* o *fluìdo*" (G. Zagrebelsky)*. (lòpez, 2012 sexta reimpresiòn. pág. 447).

En cuanto se refiere a los principios, la definición más aceptada por la doctrina indica que son mandatos de optimización, son orientaciones para realizar algo en la mejor medida y de acuerdo a las posibilidades reales posibles (Alexy, 2010)[118] donde se tiene la inmensa necesidad, de que los productos normativos originados por todos los òrganos, ya sean nacionales o supranacionales, que tienen potestad normativa, no invadan el contenido de los derechos inherentes de la dignidad humana. La conformación por principios, es característica de las Constituciones de los Estados miembros, no siendo fácil formularlos, en virtud de que las mismas, son textos de convergencia ideológica, siendo difícil su modificación, por los cambios profundos que implicaría dentro de la sociedad (Dworkin, 1995 segunda reimpresiòn). Los principios tienen la tendencia a perdurar mucho tiempo dentro de las sociedades, y es por ese motivo, que cuando algùn producto normativo, nacional o supranacional, violente un principio, cause alarma en la sociedad, presionando su derogatoria, porque los principios siempre van actuar como puentes entre los valores y las reglas. Los principios operan como puente entre los valores y las reglas jurídicas (Portela, 2011).

CAPÌTULO 3.

COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES Y UNIÓN EUROPEA.

3.1.- Comunidad Andina de Naciones.

3.1.1.- Origen y desarrollo.-

La CAN tuvo su origen en el acuerdo de integración subregional andino, denominado Acuerdo de Cartagena, suscrito en Cartagena el 26 de mayo de 1969, por los Estados miembros de Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú, en los términos y condiciones propuestos en dicho instrumento internacional, pero principalmente, para cumplir con los objetivos del desarrollo para los pueblos, tal como lo indica el artículo 1 del Acuerdo de Cartagena[119]. La importancia del mismo, radica en el hecho, que desde sus inicios, este proceso de integración no se fundó para la creación de entidades supranacionales o supraestatales que sustituyan a las soberanías de los Estados miembros, sino para los objetivos de desarrollo, asociación y de cooperación entre los pueblos. Posteriormente, se producen dos cambios de suma importancia, el ingreso de Venezuela en el año de 1973 y el retiro de Chile 1976. (Pico, 1989). Hay que anotar que en el año 2006, Venezuela procede a retirarse de la CAN, surtiendo efecto desde el año 2011. La CAN se encuentra en un nivel intermedio entre el mínimo grado de desarrollo integracionista que es la integración y el máximo grado de desarrollo alcanzado como es el comunitario.

---

[118] *"Por el contrario, los principios son normas que ordenan que algo sea realizado en la mayor medida posible, de acuerdo con las posibilidades fácticas y jurídicas. Por ello, los principios son mandatos de optimización".* (alexy, 2010. pàg.458.).

[119] *"Artículo 1.- El presente Acuerdo tiene por objetivos promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social; acelerar su crecimiento y la generación de ocupación; facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano. Asimismo, son objetivos de este Acuerdo propender a disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los Países Miembros en el contexto económico internacional; fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los Países Miembros. Estos objetivos tienen la finalidad de procurar un mejoramiento persistente en el nivel de vida de los habitantes de la Subregión".* CAN.

3.1.2.- Dentro del contexto del Estado de Derecho.-

Este modelo de Estado fue producto de una crisis (Avila, 2009), cuando los intereses protegidos por un modelo de Estado denominado absoluto, se encontraba representado por sujetos históricos, en este caso, por el rey y la aristocracia, es decir, de una determinada clase histórica. Dicho sistema devino en otra crisis por el advenimiento de una nueva clase, constituida por un nuevo sujeto histórico, en este caso, por la burguesía, que va a constituir nuevos intereses, protegidos por un nuevo modelo de Estado denominado Estado de Derecho, de carácter liberal.

El contexto del nacimiento de la CAN no fue el mismo que dio origen a la Unión Europea (en adelante la "UE"). Los países latinoamericanos decidieron relacionarse durante la existencia de un rígido Estado de Derecho y de un rígido concepto de soberanía, dirigido por el liberalismo económico, de carácter abstentivo, para un "no hacer", preocupado más por los derechos civiles y políticos que por los derechos sociales, generador de desigualdades, pobreza, polarizaciones, una profunda lucha de clases, la falta de oportunidades para los jóvenes, que no hizo posible el despegue y crecimiento económico de los pueblos, no permitiendo que existan las posibilidades reales de generar un desarrollo endógeno que permita exteriorizarlo hacia afuera. Si internamente los países eran pobres, el solo intento de desarrollar un comercio, y más aún, una integración, era un intento que nacía fallido. Los grandes pueblos desarrollados, mirados desde el exterior, es una fotografía de lo que son los pueblos mirados en su interior (De Cabo, 2010).

3.1.3.- Habilitación interna de los Estados miembros.

En lo que respecta a la CAN, podemos establecer que las constituciones nacionales de los Estados miembros son tradicionalmente flexibles, en lo relacionado con la cesión de su soberanía, principalmente, la soberanía normativa, a favor de instancias supranacionales, permitiendo, lentamente, el anhelo integracionista (Alarcon, 2013)[120]. Esta habilitación para la cesión de soberanía a favor de instancias supranacionales, generalmente, se encuentra ligada a sus cláusulas de habilitación y a los procedimientos internos de los Estados miembros, y así tenemos, por ejemplo, las cláusulas de habilitación de las Constituciones de la República de Bolivia, la República del Perú y la República de Colombia. Las Constituciones anteriormente referidas, establecen parámetros, consistentes en límites, formales y materiales, en virtud del cual, los Estados deben de cumplir, de forma previa, a la suscripción de tratados internacionales de integración, de que dichos tratados no violen la soberanía nacional, el Estado constitucional, los derechos y garantías de los ciudadanos.

3.1.4.- Derecho de Integración Andino.-

La fortaleza o la debilidad del nuevo Derecho producto de la CAN, dependerá en gran medida de la "cláusula de habilitación" que tengan los Estados miembros de la comunidad en sus Constituciones nacionales y del mayor o menor grado de cumplimiento de las decisiones adoptadas por los organismos creados. Cuando nos referimos al término mixto de este nuevo Derecho, queremos indicar que es aquél que tiene dos líneas de acción, el primero es el originado por cada uno de los Estados miembros al haber tomado la decisión de crear la comunidad; y la segunda, la que es desarrollada por los órganos creados por dicha comunidad, con potestad normativa, para vincular al todo y a todos (Pico, 1989).

---

[120] *"Es conocido que los procesos de integración comportan la transferencia del ejercicio de competencias estatales a instancias supranacionales, con lo cual se crea un orden jurídico propio, denominado derecho comunitario."* (Alarcon, 2013. pàg. 104)

3.2.- UNIÒN EUROPEA.

3.2.1.- Origen y desarrollo.

La UE es producto de un largo proceso histórico, de circunstancias muy particulares, nacida de las ruinas, producto de la necesidad y devastación del holocausto, circunstancias que hacen reflexionar a los hombres sobre su verdadero destino (González, 2012), exteriorizándose en sendos tratados constitutivos, y sus correspondientes reformas, que permitieron poco a poco, ir perfeccionando para los objetivos deseados de formar una voluntad bajo la integración y cesión conjunta de las soberanías nacionales de los países miembros, en donde no solamente importan los intereses económicos, sino también los intereses políticos (González, 2012), como son: (Tratado de la Comunidad Econòmica del Carbòn y Acero - Parìs 1951), (Tratados de la Comunidad Econòmica Europea CEE - Comunidad Europea de la Energìa Atòmica EURATOM - Roma 1957), (Acta Ûnica Europea AUE - Luxemburgo y La Haya - 1986), (Tratado de la Uniòn Europea TUE - Maastricht 1992), (Tratado de Amsterdam - 1997), (Tratado de Niza - 2000) y (Tratado de Lisboa - 2007). De la cantidad de Tratados que constituyeron la Unión Europea se colige, que la misma, es producto de un acuerdo de voluntades entre los Estados miembros, conformadas por varias etapas, donde le atribuyen competencias para alcanzar fines comunes (Tratado de la Uniòn Europea TUE - Maastricht 1992)[121].

Fue un largo proceso, en sus inicios, dicha organización fue creada para la consecución de una integración europea, pero sin que tenga una personalidad jurídica propia, hasta que en la actualidad, dicha organización ya tiene su personalidad jurídica (Tratado de la Uniòn Europea TUE - Maastricht 1992)[122], viéndose como una organización supranacional, más que como una organización internacional, pero que a pesar de ello, sigue siendo producto de sus Estados miembros (Pérez Royo, 2010)[123].

En el plano internacional, la UE puede actuar directamente, mediante los correspondientes acuerdos internacionales, en el uso legítimo de sus competencias propias (Levi, 2014), en razón del principio de atribución, en virtud del cual, las competencias solamente son otorgadas por los Estados miembros, en el momento de sus constitución o en sus reformas, y las que no se otorguen, siguen perteneciendo a la soberanía de los Estados nacionales. (Tratado de la Uniòn Europea TUE - Maastricht 1992)[124]. Cabe recalcar, que los Estados miembros de la UE quisieron, desde su fundación, la creación de una organización supranacional y supraestatal que vaya a sustituir, en algún momento, la soberanía de cada uno de los Estados miembros. De ahí vienen los altos niveles de cumplimiento por parte de los Estados miembros a las decisiones tomadas por los organismos de la UE (Storini, 2013).

---

[121] *"Artículo 1. Por el presente Tratado, las ALTAS PARTES CONTRATANTES constituyen entre sí una UNIÓN EUROPEA, en lo sucesivo denominada «Unión», a la que los Estados miembros atribuyen competencias para alcanzar sus objetivos comunes. El presente Tratado constituye una nueva etapa en el proceso creador de una unión cada vez más estrecha entre los pueblos de Europa, en la cual las decisiones serán tomadas de la forma más abierta y próxima a los ciudadanos que sea posible…"* (TRATADO DE LA UNIÒN EUROPEA TUE - MAASTRICHT 1992).

[122] *"Art. 47.- La Unión tiene personalidad jurídica".* (Tratado de la Uniòn Europea TUE - Maastricht 1992).

[123] *"La Unión Europea continúa siendo, incluso en cuanto a unión con personalidad jurídica propia, el producto de Estados soberanos democráticos."* (Pèrez, 2010. pàg. 873).

[124] *Artículo 5. 1. La delimitación de las competencias de la Unión se rige por el principio de atribución. El ejercicio de las competencias de la Unión se rige por los principios de subsidiariedad y proporcionalidad. 2. En virtud del principio de atribución, la Unión actúa dentro de los límites de las competencias que le atribuyen los Estados miembros en los Tratados para lograr los objetivos que éstos determinan. Toda competencia no atribuida a la Unión en los Tratados corresponde a los Estados miembros.* (Tratado de la Uniòn Europea TUE - MAASTRICHT 1992).

3.2.2.- Dentro del contexto del Estado Social de Derecho. -

Este modelo de Estado fue producto de otra crisis. Se produjo cuando los intereses burgueses protegidos por un modelo de Estado denominado Estado de Derecho, de carácter liberal, colapsa, principalmente, por su inoperancia en la satisfacción de las necesidades de la población, como la salud, educación, seguridad social, etc, naciendo un nuevo sujeto histórico, el proletariado o los trabajadores, ya que debido a la propia naturaleza del Estado de Derecho, de carácter liberal, instaurado desde sus inicios para un "no hacer", es decir, para no entorpecer los intereses burgueses, generaron un nuevo modelo de Estado, que se denominará Estado Social de Derecho, construido, adicionalmente, para "hacer", teniendo la posibilidad de seguir protegiendo los intereses burgueses, pero también, protegiendo los intereses de los trabajadores en la satisfacción de sus necesidades, por lo menos teóricamente. El modelo de Estado denominado "Estado Social de Derecho" generó un modelo de democracia, que lo podríamos denominar, "democracia social", centrada en la satisfacción de las necesidades fundamentales de los seres humanos y en la satisfacción de sus derechos, donde el Estado se compromete a realizar acciones destinadas a dicha finalidad, mediante un desarrollo legislativo y de políticas públicas (Córdova, 2003), y adicionalmente, la sociedad empieza a asumir un rol, no solamente representativo, sino también participativo, en las cuestiones que le interesan a ella (Córdova, 2003). Consideramos, que siendo el Estado Social de Derecho una fase superior del Estado de Derecho, en el mismo sentido, la democracia social sería una fase superior de la democracia liberal.

Por lo anterior, comparto la teoría, de que fue el crecimiento económico de los pueblos, lo que generó la apertura de los mercados, y esto se debió al establecimiento y desarrollo del Estado Social de Derecho, al terminar la segunda guerra mundial. La intervención del Estado en la parte social, el nuevo pacto social entre capital y trabajo, la redistribución de la riqueza, hizo posible el resurgimiento de los pueblos europeos. (De Cabo, 2010), pero adicionalmente, se creó la posibilidad de trasplantar, con relativo éxito, la experiencia de la democracia social de los países y las experiencias internas estatales a una organización supranacional (Storini, 2013).

3.2.3.- Habilitación interna de los Estados miembros.-

En lo que respecta a la UE, podemos establecer que en las constituciones nacionales de los Estados miembros, debido a su flexibilidad, permiten ceder y compartir sus soberanías, principalmente, la soberanía normativa, es decir, el monopolio del Estado en la producción normativa, a favor de organismos internacionales, teniendo como importantes referentes de dicha habilitación, las constituciones de España y Alemania, en donde se permite, que mediante la suscripción de tratados internacionales, la atribución o transferencia de competencias propias y soberanas de los Estados miembros a favor de un organismos internacional, convirtiéndose de una soberanía limitable en una soberanía limitada (Pérez Royo, 2010)[125].

3.2.4.- Derecho Comunitario Europeo. -

El Derecho Comunitario es producto de un complejo sistema de soberanías compartidas de los países miembros. Sus fuentes se sustentan en fuentes originarias y derivadas que han venido

---

[125] *"Tal habilitación estaba configurada en la Constitución como una simple posibilidad, como un supuesto de soberanía limitable, pero con la vocación de transformar lo más rápidamente posible dicha soberanía limitable en soberanía limitada…"* (Pèrez, 2010. pàg. 874).

fortaleciéndose con el transcurso de los años. Las fuentes originarias del Derecho Comunitario son producto directo de los tratados constitutivos y sus modificaciones, dando lugar a un derecho primario; y las fuentes derivadas que son producto de los órganos comunitarios constituidos y que tienen potestad ejecutiva, legislativa y jurisdiccional, dando lugar a un derecho derivado (González, 2012), pero dichas facultades, para que tengan eficacia, necesita de un órgano, como el Tribunal de Justicia, que tengan facultad para hacer cumplir las decisiones tomadas contra alguno de los Estados miembros, convirtiéndose de esta manera, en un ente distinto con autonomía, operatividad, supranacionalidad y primacía (ALAMILLA, 2012). El Derecho Comunitario no es ni derecho nacional ni derecho internacional, es un sistema jurídico nuevo, de carácter supranacional (Pérez Royo, 2010)[126], producto de un derecho originario y un derecho derivado, el mismo, que se encuentra reconocido por los subsistemas jurídicos de los Estados miembros, convirtiéndose en un eje transversal para los Estados miembros relacionados con aspectos económicos, sociales, culturales y políticos, conformando una armonización de cada uno de los derechos propios de los Estados miembros para construir un nuevo derecho, distinto al de sus miembros, individualmente considerados, un derecho nuevo, un derecho común (Pampillo, 2012)[127]

CAPÌTULO 4.

ANÁLISIS COMPARATIVO CONFORME A LOS TRATADOS SUSCRITOS.

4.1.- Diferencias históricas y funcionales.

4.1.1.- Planeación tradicional y Prospectiva.

La CAN ha sido asumida desde una planeación tradicional, en virtud del cual, los fenómenos económicos, jurídicos y sociales son previsibles a partir del comportamiento o experiencias anteriores, que permiten identificar y predecir las tendencias futuras, una especie de determinismo, de pronósticos, que no considera al ser humano en su carácter de auto proyección y de libertad (Aranda, 2007)[128]. Bajo esta forma lineal y simple de pensar, de antecedentes y de consecuencias, cabría interrogarnos, si la CAN, desde su fundación, fue producto de un futuro pronosticado. Si la respuesta es positiva, valdría una segunda interrogante, ¿los Estados miembros quisieron crear desde el primer momento una organización supranacional y supraestatal que vaya sustituyendo, poco a poco, la soberanía nacional, propia de cada uno de esos Estados? Considero que no. Los Estados miembros de la CAN nunca quisieron ni asumieron, como un futuro previsible, la existencia de una organización supranacional y supraestatal que vaya a sustituir, en algún momento, la soberanía de cada uno de los Estados miembros. De ahí vienen las causas de los continuos incumplimientos por parte de los Estados miembros a las decisiones tomadas por los organismos de la CAN.

---

[126] *"…ya que el derecho producido por la Unión Europea no es ni derecho estatal ni derecho internacional, sino un derecho supraestatal, que es en cierta medida derecho interno para los países que integran la Unión Europea…"*(Pérez, 2010. pàg.875).

[127] *"En lo que respecta a los principios generales del derecho comunitario la doctrina reconoce los siguientes: autonomía, operatividad, supranacionalidad y primacía (…) La conformación de un derecho comunitario – ius communitatis – americano requerirá también de la armonización de los derechos propios – iura propia – de la región (países y bloques), que eventualmente, habrá de generar a su vez el surgimiento de un derecho común – ius commune – propio de los países de nuestro continente"* (Pampillo, 2012. pàg. 380).

[128] *"Se caracteriza por considerar a la institución un sistema cerrado, protegido de toda influencia exterior, pudiéndose construir el futuro a partir de una finalidad institucional y de un diagnóstico interno basado en un conjunto de datos de carácter cuantitativo; se la conoce también como planificación tradicional…"* (Aranda, 2007. pàg. 34).

La UE, en cambio, fue asumida desde una planeación en prospectiva, en virtud del cual, más que tendencias futuras, existen futuros posibles, resultado de la acción humana, tomando en consideración su auto proyección, donde se toman en cuenta otras variables, como la libertad humana, condicionando los simples pronósticos a la libertad de acción y creación de los seres humanos, capaces de hacer posible su futuro (Aranda, 2007). Bajo esta forma compleja de pensar, cabría interrogarnos, si la UE, desde su fundación, quiso una organización supranacional y supraestatal que vaya sustituyendo, poco a poco, la soberanía nacional, propia de cada uno de esos Estados.

4.1.2.- Estado de Derecho y Estado Social de Derecho.

El contexto del nacimiento de la CAN no fue el mismo que dio origen a la UE. Los países latinoamericanos decidieron relacionarse durante la existencia de un rígido Estado de Derecho y de un rígido concepto de soberanía, dirigido por el liberalismo económico, de carácter abstentivo, para un "no hacer", preocupado más por los derechos civiles y políticos que por los derechos sociales, generador de desigualdades, pobreza, polarizaciones, una profunda lucha de clases, la falta de oportunidades para los jóvenes, que no hizo posible el despegue y crecimiento económico de los pueblos, no permitiendo que existan las posibilidades reales de generar un desarrollo endógeno que permita exteriorizarlo hacia afuera. Si internamente los países eran pobres, el solo intento de desarrollar un comercio, y más aún, una integración, era un intento que nacía fallido. Los grandes pueblos desarrollados, mirados desde el exterior, es una fotografía de lo que son los pueblos mirados en su interior (De Cabo, 2010).

En lo que respecta a la UE, fue el crecimiento económico de los pueblos, lo que generó la apertura de los mercados, y esto se debió al establecimiento y desarrollo del Estado Social de Derecho, al terminar la segunda guerra mundial. La intervención del Estado en la parte social, el nuevo pacto social entre capital y trabajo, la redistribución de la riqueza, hizo posible el resurgimiento de los pueblos europeos. (De Cabo, 2010), pero adicionalmente, se creó la posibilidad de trasplantar, con relativo éxito, la experiencia de la democracia social de los países y las experiencias internas estatales a una organización supranacional (Storini, 2013).

4.1.3.- Finalidad y objetivos de la CAN y de la UE. -

De conformidad a lo establecido en el artículo 1, del Acuerdo de Cartagena, desde sus inicios, este proceso de integración no se fundó para la creación de entidades supranacionales o supraestatales que sustituyan a las soberanías de los Estados miembros, sino para los objetivos de desarrollo, asociación y de cooperación entre los pueblos (Pico, 1989). En Cambio, los Estados miembros de la UE quisieron, desde su fundación, la creación de una organización supranacional y supraestatal que vaya a sustituir, en algún momento, la soberanía de cada uno de los Estados miembros. De ahí vienen los altos niveles de cumplimiento por parte de los Estados miembros a las decisiones tomadas por los organismos de la Unión Europea.

5.- CONCLUSIONES. -

1. Las cláusulas de habilitación interna contenidas en las Constituciones nacionales, son capaces de impedir la creación de organizaciones supranacionales, para evitar que se encuentren por encima de las estructuras de los Estados nacionales.
2. Las constituciones de los estados nacionales deben de contener normas que impidan que la globalización permita la creación de organizaciones supranacionales, que se encuentran por encima de las estructuras de los Estados nacionales.
3. Establecer un sistema jurídico internacional fuerte, que impidan la producción organizaciones supranacionales que se encuentren por encima de las estructuras de los Estados nacionales.

6.- BIBLIOGRAFÍA. -

(s.f.). Acta Ûnica Europea AUE - Luxemburgo y La Haya - 1986.

ALAMILLA, F. (2012). La Aplicaciòn Efectiva del Derecho Comunitario. En J. M. PAMPILLO, Derecho Supranacional, Globalizaciòn e Integraciòn Jurìdica (págs. 328, 329). Mèxico: Editorial Porrùa.

Alarcon, P. A. (2013). ¿En què medida el proceso de integraciòn de la Comunidad Andina (CAN) puede afectar la garantìa de los derechos Humanos y garantìas? En R. Avila, Estado, Derecho y Justicia. Estudios en honor a Julio Cèsar Trujillo. Estudios Jurìdicos 33 (págs. 104, 117 citando a Pablo Pèrez Tremps, 117 citando a Caloggero Pizzolo). Quito-Ecuador: Corporaciòn Editora Nacional. Universidad Andina Simòn Bolìvar, Sede Ecuador.

Alexy, R. (2010). Teorìa de la Argumentaciòn Jurìdica. La Teorìa del Discurso Racional. En R. Alexy, Teorìa de la Argumentaciòn Jurìdica. La Teorìa del Discurso Racional (pág. 458). Lima-Perú: Editorial Palestra.

Aranda, A. (2007). Planificaciòn Estratègica Educativa. En A. Aranda, Planificaciòn Estratègica Educativa (págs. 34, 36). Quito-Ecuador: Ediciones-Abya-Yala.

Avila, R. (2009). Del Estado Social de Derecho al Estado Constitucional de Derechos y Justicia. En C. Constitucional, Jornadas de capacitaciòn en justicia constitucional (pág. 39 y siguientes). Quito-Ecuador: Editorial Quipus-CIESPAL.

Ayuso, M. (2002). Los Principios Generales del Derecho en el nuevo Derecho Constitucional. Una visiòn problemàtica. En F. LAMAS, Los Principios y el Derecho natural en la metodologìa de las ciencias pràcticas (pág. 121). Buenos aqires- Argentina: Editorial de la Universidad Catòlica de Argentina.

Balasa, B. (1975). Integraciòn. Teorìa y pràctica de la integraciòn econòmica. En C. Kernig, Marxismo y Democracia (pág. 69). Madrid-España: Ediciones Rioduero. Secciòn Economìa. Tomo V.

Baquerizo, J. L. (2011). Sobre Neoconstitucionalismo, Principios y Ponderación. En J. L. Baquerizo, Sobre Neoconstitucionalismo, Principios y Ponderación (pág. 49). Guayaquil-Ecuador: Editores EDILEX S.A. Primera edición.

Behrens, K. (1975). Comercio. En C. Kernig, Marxismo y Democracia (págs. 12,21). Madrid-España: Ediciones Rioduero. Secciòn Economìa. Tomo II.

Cabanellas, G. (1981). Diccionario Enciclopèdico de Derecho Usual. En G. Cabanellas, Diccionario Enciclopèdico de Derecho Usual (pág. Tomo II 211. Tomo IV 451). Buenos Aires-Argentina: Editorial Heliasta S.R.L.

Carbonell, M. (2008, Serie Justicia y derechos Humanos). El Principio de proporcionalidad y los derechos fundamentales. En M. Carbonell, El Principio de proporcionalidad y interpretación constitucional. (págs. 11, citando a Gustavo Zagrebelsky). Quito-Ecuador: Ministerio de JUsticia y Derechos Humanos.

(s.f.). Còdigo Orgànico de la Producciòn.

(s.f.). Comunidad Andina. Sentencia 3-AI-96 del 24 de marzo de 1997.

(s.f.). Constituciòn de la Repùblica de Colombia.

(s.f.). Constituciòn de la Repùblica del Ecuador.

(s.f.). Constituciòn de la Repùblica del Perù.

(s.f.). Constituciòn de la Repùblica Federal de Argentina.

(s.f.). Constituciòn Española.

(s.f.). Constituciòn Polìtica de la Repùblica de Bolivia.

Córdova, H. (2003). Crisis de Gobernabilidad. En H. Córdova, Crisis de Gobernabilidad (págs. 23, citando a Hugo Quiroga. 25, citando a Julio Echeverrìa). Quito-Ecuador: Ediciones Ave Blanca.

Córdova, H. (2003). Crisis de Gobernabilidad. En H. Córdova, Crisis de Gobernabilidad (págs. 23, citando a Hugo Quiroga. 26). Quito-Ecuador: Ediciones Ave Blanca.

(s.f.). Corte Constitucional de Colombia. En Sentencia C-574 del 28 de octubre de 1992.

De Cabo, C. (2010). Dialèctica del Sujeto, dialèctica de la Constituciòn. En C. De Cabo, Dialèctica del Sujeto, dialèctica de la Constituciòn (pág. 107). Madrid-España: Editorial Trotta.

Dworkin, R. (1995 segunda reimpresiòn). El modelo de las normas (I). En R. Dworkin, Los derechos en serio (pág. 72). Barcelona-España: Editorial Ariel S.A.

Ferrajoli, L. (2008 Edición de Miguel Carbonel). Democracia y Garantismo. En L. Ferrajoli, Democracia y Garantismo (págs. 25,31,32). Madrid-España: Editorial Trotta.

Ferrajoli, L. (2008 Edición de Miguel Carbonel). Democracia y Garantismo. En L. Ferrajoli, Democracia y Garantismo (pág. 31). Madrid-España: Editorial trotta.

García, A. (2009). La èpica de los Principios En la Teorìa del Derecho: Derrotas. En A. García, Criaturas de la Moralidad. Una aproximaciòn neoconstitucionalista al Derecho a travès de los Derechos (págs. 133, citando a Robert Alexy). Madrid-España: Editorial Trotta.

González, N. (2012). Uniòn Europea: Bases de su marco jurìdico. En J. M. Pampillo, Derecho Supranacional, Globalizaciòn e Integraciòn Jurìdica (págs. 275, 276, 277). Mèxico: Editorial Porrùa.

Guerrero, Á. (2007). La escuela existencialista y la de los valores. En Á. Guerrero, Filosofía del Derecho: Concepción unitiva del derecho (pág. 146). Buenos Aires- Argentina: Valleta ediciones.

Guzmán, J. R. (1998). Estructura Econòmica Mundial. En J. R. Guzmán, Estructura Econòmica Mundial (págs. 172, 173, 174). Madrid-España: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.

Hummer, W. F. (2004). Compromisos Democráticos. En W. F. Hummer, Derechos Humanos e Integración (págs. 23,24). Quito-Ecuador: Corporación Editora Nacional Sede Ecuador.

Levi, M. (2014). Relaciones entre bloques de integraciòn regional: aspectos jurìdicos de los acuerdos de asociaciòn entre la Uniòn Europea y Amèrica del Sur. En M. Levi, La Uniòn Europea y Amèrica Latina: Relaciones entre bloques regionales e integraciòn regional. Serie Estudios Internacionales No. 8 (págs. 57, 65, 83). Quito-Ecuador: Corporaciòn Editora Nacional. Universidad Andina Simòn Bolìvar - Sede Ecuador.

(s.f.). Ley Fundamental de Bonn.

López, D. (2012 sexta reimpresiòn). Teorìa Impura del Derecho. La Transformaciòn de la cultura jurìdica latinoamericana. En D. López, Constitucionalizaciòn y Judicializaciòn del Derecho (pág. 447 citando a Hart y Zagrebelsky). Bogotá-Colombia: Legis Editores S.A.

Montaño, C. (2012). Problemas Constitucionales de las Integraciones Supranacionales, Análisis del caso andino. Tesis Doctoral. En C. Montaño, Problemas Constitucionales de las Integraciones Supranacionales, Análisis del caso andino. Tesis Doctoral (págs. 150, 151, 152, 154, 155, 168, 192, 195). Quito- Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.

Montaño, C. (2013). Constituciòn econòmica ecuatoriana, integraciòn y libre comercio. En A. J. Grijalva, Estado, Derecho y Economìa. Estudios Jurìdicos 35 (págs. 310, 323, 325). Quito-Ecuador: Corporaciòn Editora Nacional. Universidad Andina Simòn Bolìvar, Sede Ecuador.

Montesquieu. (1984). El Espìritu de las Leyes. En Montesquieu, El Espìritu de las Leyes (pág. 146). Buenos Aires-Argentina: Ediciones Orbis.

Pampillo, J. (2012). El Derecho a la Integraciòn Americana: Una invitaciòn a los juristas a conformar un nuevo ius commune. En J. M. Pampillo, Derecho Suprenacional, Globalizaciòn e Integraciòn Jurìdica (págs. 380, 381, 387). Mèxico: Editorial Porrùa.

Pazzolo, S. (2011 nùmero 3). Notas al margen para una historia del neoconstitucionalismo. En S. Pazzolo, Neoconstitucionalismo, Derecho y Derechos (págs. 16, 17). 2011 nùmero 3: Palestra Editores.

Pérez Royo, J. (2010). Derecho Constitucional y Derecho de la Uniòn. En J. Pérez Rollo, Curso de Derecho Constitucional. Duodècima ediciòn (págs. 873, citando una sentencia del Tribunal Constitucional Federal Alemàn del 30 de junio de 2009, 874, 875, 877, 887). Madrid-España: MarciaL Pons. Ediciones Jurìdicas y Sociales.

Pico, G. (1989). Derecho Andino. En G. Pico, Derecho Andino (págs. 13, 22, 23). Quito-Ecuador: Artes Gràficas Señal, IMPRESEÑAL CIA.LTDA.

Portela, J. (2011). Los Principios jurìdicos y el neoconstitucionalismo. En J. Portela, Derecho, desobediencia civil y principios jurìdicos (pág. 162). Lima-Perú: ARA Editores.

Prieto, L. (2013). Caracterizaciòn normativa de los principios. En L. Prieto, Sobre principios y normas. Problemas del razonamiento jurìdico (pág. 24). Lima-Bogotá: Palestra-Temis.

Requeijo, J. (1998). Estructura Econòmica Mundial. En J. Requeijo, Estructura Econòmica Mundial (págs. 8, 20, 42, 43). Madrid-España: McGraw-Hill.

Sánchez, J. (2008). Valores y Contravalores en la sociedad de la plusvalía. En J. Sánchez, Valores y Contravalores en la sociedad de la plusvalía (págs. 19, 21). Quito-Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

Sola, J. (2009). Tratado de Derecho Constitucional. Tomo IV. En J. Sola, Tratado de Derecho Constitucional. Tomo IV (págs. 66, 159). Buenos Aires-Argentina: Editorial La Ley.

Storini, C. (2013). Integraciòn y constituciones nacionales. En A. J. Grijalva, Estado, Derecho y Economìa. Estudios Jurìdicos 35 (págs. 286, 290, 291, 292, 293, 299, 303). Quito-Ecuador: Corporaciòn Editora Nacional. Universidad Andina Simòn Bolìvar, Sede Ecuador.

(s.f.). TJCE Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea. En Dictamen 2/94 del 28 de marzo de 1996.

(s.f.). Tratado de Amsterdam - 1997.

(s.f.). Tratado de la Comunidad Econòmica del Carbòn y Acero - Parìs 1951.

(s.f.). Tratado de la Uniòn Europea TUE - Maastricht 1992.

(s.f.). Tratado de Lisboa - 2007.

(s.f.). Tratado de Niza - 2000.

(s.f.). Tratados de la Comunidad Econòmica Europea CEE - Comunidad Europea de la Energìa Atòmica EURATOM - Roma 1957.

Tuggores, J. (1999). Economìa Internacional. Globalizaciòn e Integraciòn Regional. En J. Tugores, Economìa Internacional. Globalizaciòn e Integraciòn Regional (págs. 167, 168). Madrid-España: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.

Vila, I. (2012). Fundamentos de Derecho Constitucional Contemporàneo. En I. Vila, Fundamentos de Derecho Constitucional Contemporàneo (pág. 435). Bogotà-Colombia: Legis Editores.

005. ANÁLISIS DEL FEMICIDIO, TIPIFICACIÓN Y REALIDADES EN EL ECUADOR

ABG. ANDREA GABRIELA ZULETA SÁNCHEZ. MGTR
Universidad Ecotec, Ecuador.
azuleta@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En el presente artículo se analizó el tipo penal tipificado en el 2014 “Femicidio”, desde una óptica académica, partiendo en primer lugar de la figura en américa latina ya sea Femicidio o feminicidio sus sanciones en cada país y los motivos para la tipificación, en la legislación ecuatoriana contrastada con la realidad social.

El diseño del presente trabajo, se realizó desde el estudio bibliográfico e investigativo deductivo, de tratadistas relevantes del que se pudo como se ha tipificado el delito de dar muerte a una mujer por razones de género y se evidencio que la sanciones pueden llegar desde los doce años hasta cadena perpetua dependiendo el dilucidar que no obstante de la visibilización que se ha conseguido a través de tipificación y campañas de concientización las cifras de femicidios no parecen disminuir.

Palabras Clave: Feminicidio, femicidio, derechos humanos, violencia de genero.

Abstract

This article analyzed the criminal type typified in 2014 “Femicide”, from an academic point of view, starting first of all in Latin America, whether Feminicide or Femicide its sanctions in each country and the reasons for the classification, in Ecuadorian legislation contrasted with social reality.

The design of the present work, was carried out from the deductive bibliographic and investigative study, of relevant writers of which it was possible to have typified the crime of killing a woman for reasons of gender and it was evident that the sanctions can come from twelve years up to life imprisonment depending on the elucidation that despite the visibility that has been achieved through typing and awareness campaigns the femicide figures do not seem to decrease

Keywords: Feminicide, femicide, human rights, gender violence.

INTRODUCCIÓN

La conceptualización, el contenido y alcance del femicidio ha generado amplios debates en el interior del tejido social, considerando que su dinámica teórica sigue transformándose no obstante las pioneras en abordar el término como constructo teórico son (Radford & Rusell, 1992, pág. 34), el mismo que aparece como resultado de un continuado ejercicio de activismo por parte de las feministas y activistas de derechos humanos, que buscaban visibilizar la existencia de la muerte por condiciones de género, que si bien la apropiación específica data de 1990, es ante el Primer Tribunal Internacional de Crímenes Contra Mujeres, celebrado en Bruselas que marca históricamente un avance contundente relacionado a establecer la existencia del problema.

Los resultados de la iniciativa gestada entre los años 80-90, permitió que se configurarán investigaciones para comprender el fenómeno que por la asimetría estructural e histórica, se consideraban dentro de un ámbito privado y meramente doméstico, es por ello, que (Lagarde, 2009, pág. 126), define al feminicidio como el patrón de criminalidad e impunidad por la violación continua de los derechos humanos de las mujeres dentro de un sistema deficiente, con ausencia de legislación y políticas públicas de protección.

Siendo así que lo términos femicidio/feminicidio, confluyen hacia un mismo objetivo tiene componentes particulares y autónomos, por ello, el femicidio se refiere a la muerte violenta de mujeres por el hecho de serlo; y, el feminicidio tiene connotación con la inercia estatal que por omisión o negligencia contribuye a la impunidad y la orfandad de leyes y políticas que protejan a las mujeres.

El Comité de Expertas y expertos, que forma parte del “Mecanismo de Seguimiento de Implementación de la Convención de Belém do Pará”, denominado “MESECVI”, adoptó la Declaración sobre el Femicidio (OEA, 2012, pág. 29) y definió al Femicidio como la muerte violenta de mujeres por razones de género; sin importar si este tiene lugar dentro de la familia, unidad doméstica o en cualquier otra relación interpersonal; en la comunidad, por parte de cualquier persona, o que sea perpetrada o tolerada por el Estado y sus agentes, por acción u omisión. (ONU O. d., 2008)
No obstante, estas muertes tienen un origen y una causa que contiene un marcado elemento socio cultural por lo que es imperante analizar la naturaleza social del mimo con la finalidad de complementar el análisis.

La importancia del abordaje del Femicidio, radica en transversalizar la construcción social de género, potenciando el análisis de las desigualdades entre hombres y mujeres debido a los estereotipos, construcciones sociales y culturales desfiguradas que identifican lo masculino y lo femenino asignándoles características inequitativas y excluyentes entre sí, así como la propia historia común de nuestros pueblos que ubican a la violencia en contra de mujeres y niñas, como parte de un entramado, no solo natural sino que culturalmente aceptado por la sociedad latinoamericana. Es notorio desde esa perspectiva que el objeto de éste recorrido no sólo

establece un abordaje al tipo penal sino a al tejido diverso que conforma la construcción de género.
Afrontar temas como este, genera implicaciones trascendentales en la dinámica social, así esta legítima potestad estatal de imponer el derecho de penalizar es el dique de contención contra acciones que han sido invisibilizada por años. Lo que transforma a la problemática en un reto del cual generar una cultura con perspectiva de género es vital, donde se excluye del discurso la impunidad e indiferencia.
Este articulo tiene como objetivo general establecer la importancia de la tipificación de Femicidio en virtud del auge preocupante de violencia que se evidencia en el Ecuador.

Objetivo general

Establecer la importancia de la normativización del Femicidio en el Ecuador.

Objetivos específicos

- Identificar el recorrido histórico que ha permitido la tipificación del Femicidio o feminicidio.
- Determinar doctrinariamente los tipos de femicidio
- Establecer como esta normado Femicidio en el Código Orgánico Integral Penal COIP.

Marco Metodológico

Enfoque de la Investigación

El enfoque del presente proyecto de investigación se caracteriza por un análisis de la Figura del Femicidio, en el Ecuador analizándola desde un punto de vista académico y libre posturas radicales, en tal sentido se implementaron los métodos, descriptivo y teórico jurídico, además de contar con los tipos de investigación cualitativa, con la finalidad de construir un apropiado entendimiento del presente proyecto de investigación.

Método Cualitativo

El método cualitativo tiene como principal característica la comprensión de fenómenos y emociones y el entendimiento de ciertas situaciones, además de un estudio interpretativo de los fenómenos que enmarcan el proyecto de investigación.

Método Descriptivo

El método descriptivo se encarga de la descripción de la información y particularidades de un sector específico de la población, además su finalidad es tener como base una información específica y exacta, muy rara vez se emplean factores experimentales en este método.

TÍTULO: ANÁLISIS DEL FEMINICIDIO; TIPIFICACIÓN Y REALIDADES EN EL ECUADOR

El miedo de ser asesinada por un hombre es probablemente, lo que la mayoría de las mujeres sienten más a lo largo de sus vidas (Campbell, 1992) , Es Suficiente ver las noticias para evidenciar que la violencia en contra de las mujeres está en un lamentable auge en el américa Latina y el mundo, considerado un flagelo social, que requiere impostergables esfuerzos para su sanción y prevención. En el Ecuador, cada 3 días se reporta un nuevo caso de femicidio. Así lo señalan los registros de cuatro organizaciones de la sociedad civil: Fundación Aldea, Red de Casas de Acogida, Taller Comunicación Mujer y la Comisión Ecuménica de los Derechos Humanos.
Por lo que se requiere abordar con determinación y total compromiso una realidad que ha sido invisibilizada por años, la marcada desigualdad y el costo real de enfrentar un engranaje social, en el que la figura de la mujer ha sido reducida a la esfera de lo privado, producto de que la sociedad que ha separado y delimitado las esferas de lo femenino y masculino.

Producto de lo cual ha mantenido una lucha inclaudicable contra la desigualdad generada por las múltiples formas de discriminación, lo que como respuesta ha generado una conquistas para la consecución de la Igualdad, la misma que ve reflejado los frutos de esa lucha en el Siglo XXI, donde con mayor fuerza se exige un reconocimiento de derechos que minimice las brechas existentes y permita disminuir las amplias estadísticas que evidencian una violencia creciente hasta su extrema expresión como lo es el Femicidio.

La penalista española (Copello, 2012) sostiene: “La categoría del femicidio permite hacer patente que muchos casos de muerte no natural de mujeres no son hechos neutros en los que resulte indiferente el sexo del sujeto pasivo sino que les ocurre a las mujeres precisamente por ser mujeres, como consecuencia de la posición de discriminación estructural que la sociedad patriarcal atribuye a los roles femeninos. La concepción amplia del femicidio—que abarca todas las muertes evitables de mujeres derivadas de la discriminación por razón de género— permite distinguir dos grandes grupos dentro de esta categoría: (a) las muertes violentas constitutivas de delito y (b) otras muertes evitables de mujeres no criminalizadas”.

Tipos Doctrinarios de Femicidio

Durante la elaboración de este artículo de la revisión de múltiples tratadistas se encontraron no solo pluralidad de conceptos o definiciones del Femicidio, sino que también categorías, por lo que ha sido imperante incluir un capítulo destinado únicamente a mostrar los tipos de femicidios que desde la doctrina se mencionan.
La tratadista Costarricense Ana Carcedo ha realizado una categorización de los tipos que ella considera existen de Femicidios englobándolos en tres tipos femicidio íntimo, no íntimo y por conexión que se desarrollaran a continuación.

- **Femicidio íntimo:**

Son aquellos cometidos por hombres con quien la víctima tuvo o tenía o una relación íntima, familiar, de convivencia, o afines a estas.
(Carcedo & Sagot., 2000) crearon una tipología propia para diferenciar el femicidio de los crímenes de homicidios de mujeres y para definir los crímenes de femicidio, en femicidio íntimo, no íntimo y por conexión. En primer lugar, el homicidio de mujeres por parte de sus compañeros,

ex compañeros y familiares, con quienes la víctima convive, constituye el "femicidio íntimo Femicidio íntimo es decir cometidos “por hombres con quienes la víctima tenía o tuvo una relación íntima, familiar, de convivencia, o afines a éstas”.

- **Femicidio no íntimo:**

Son aquellos cometidos por hombres con quienes la víctima no tenía relaciones íntimas, familiares, de convivencia, o afines a estas. Frecuentemente, involucra el ataque sexual de la víctima.
En esta categoría se encuentran los delitos cometidos por hombres con quienes la víctima no tenía relaciones íntimas, familiares, de convivencia, o afines a éstas pero con los cuales existía una relación de confianza, de jerarquía o amistad. (Carcedo & Sagot., 2000)

- **Femicidio por conexión:**

Se hace referencia a las mujeres que fueron asesinadas “en la línea de fuego” de un hombre tratando de matar a otra mujer. Este es el caso de mujeres que trataron de intervenir o que simplemente fueron atrapadas en la acción del femicida. (Carcedo & Sagot., 2000)
Pero no solo el Femicidio puede ser cometido por agentes masculinos, (Russell D. , 2006) considera que existen tres tipos de Femicidio en el que la mujer es sujeto activo del delito y estos pueden ser, cuando la Mujer actúa como agente del patriarcado, la mujer actúa como agente de perpetradores masculinos, o actúa por sus propios motivos.

- **La mujer como Agente del patriarcado:**

En este caso se observan los infames asesinatos relacionados con la dote, o aquellos en los que se prefieren los hijos varones por lo que se comete infanticidio o se descuida a la niña para evitar que sobreviva, las muertes relacionadas a la ablación o mutilación genital producto de infecciones, o en el momento del alumbramiento producto de la mutilación, así como forzar a las mujeres y niñas a someterles a operaciones primitivas que generan la muerte de la fémina.

- **La mujer como Agente de perpetradores masculinos:**

En este grupo se encuentran aquella mujer cómplice de delitos contra mujeres que para evitar que escapen las víctimas o se denuncie a los agresores cometen o son cómplices de femicidio; Inducción al suicidio que realiza la mujer por la violencia ejercida por un hombre a otra mujer a quien psicológicamente induce la idea de acabar con su vida.

- **La mujer actúa por motivos propios:**

Estos son los casos de asesinatos en los que la principal motivación es el celo, codicia, inducción al suicidio por acoso producido por otras mujeres, asesinatos por ira, por ideologías políticas o religiosas extremistas**.**

Tipificación del Femicidio/ Feminicidio en América Latina.

En virtud que desde el año 2007 cada uno de los países de América Latina comenzaron a tipificar ya sea usando la denominación femicidio o feminicidio; para adentrarnos en este tema e imperante recordar que existe un sinnúmero de fórmulas legales para delimitar el femicidio/ feminicidio y es precisamente el ejercicio de adecuación de cada legislación a su realidad más

cercana lo que genera una dispersión conceptual, sin embargo esto no debe restar importancia al esfuerzo internacional para el pleno reconocimiento social de los derechos olvidados durante años (Laurenzo, Maqueda, & Rubio, 2012)

El presente cuadro pretende graficar, no solo cual fue la figura acogida, sino que realiza una comparación de las sanciones que son aplicables en cada país, lo que permite, tener una idea general de la situación latinoamericana.

PAÍS	**Tipificación**	**Codificación**	**Forma**	**Sanción en Años**
MEXICO	**Feminicidio**	2007	Tipo Penal Autónomo	40-60 Prisión y multa
GUATEMALA	**Femicidio**	2008	Tipo Penal Autónomo	25-50 Prisión sin posibilidad de reducción ni sustitutiva
HONDURAS	**Femicidio**	2013	Tipo Penal Autónomo	30-40 reclusión
NICARAGUA	**Femicidio**	2012	Tipo Penal Autónomo	15-30 Prisión
COSTA RICA	**Femicidio**	2007	Tipo Penal Autónomo	20-35 Prisión
PANAMA	**Femicidio**	2013	Tipo Penal Autónomo	25-30 Prisión
COLOMBIA	**Feminicidio**	2008	Agravante	33.3 -50 Presidio
VENEZUELA	**Homicidio**	2007	Agravante	28-30 Prisión
ECUADOR	**Femicidio**	2014	Tipo Penal Autónomo	22-26 Prisión
PERU	**Feminicidio**	2011	Reforma: Delito de parricidio en el Código Penal	15 Presidio -Cadena Perpetua
BOLIVIA	**Feminicidio**	2013	Tipo Penal Autónomo	30 Presidio sin derecho a Indulto
BRAZIL	**Feminicidio**	2015	Tipo Penal Autónomo	12-30 , suma de penas en pluralidad de víctimas, agrava (embarazada, recién dada a luz, discapacitada, menor de 14 o mayor de 60)
CHILE	**Femicidio**	2012	Reforma: Delito de parricidio en el Código Penal	Presidio Mayor (15-20) o Presidio Perpetuo (No se considera libertad condicional hasta 40 años de cárcel cumplidos)
ARGENTINA	**Homicidio**	2012	Agravante	Prisión o Reclusión Perpetua
EL SALVADOR	**Feminicidio**	2010	Tipo Penal Autónomo	20 -35 años

Figura# 1 Cuadro Comparativo legislación comparada en américa Latina respecto a la tipificación del asesinato de mujeres Elaboración del Autor 2019.

Tal como se observa en el cuadro comparativo sea el termino Femicidio o Feminicidio, el que se tipificara en cada país, las sanciones pretenden ser disuasivas, ya que las mismas en regla general contienen penas altas, como respuesta estatal de frenar una latente realidad. Y que emergen de un compromiso internacional, donde los Estados han articulado acciones para la sanción de la violencia como sistema de dominación. En el caso de Honduras, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Guatemala y Ecuador adoptaron la Figura del Femicidio. Mientras que México, El Salvador Perú y Bolivia lo denominan feminicidio.

El feminicidio constituye una forma de barbarie, la otra barbarie en el patriarcado de la era de la globalización. Tal como señala (Monárrez J. , 2009),

Importancia de la Tipificación del Femicidio dentro del Ordenamiento Jurídico Ecuatoriano. -

Antes de analizar el tipo penal como tal, es imperante reconocer que la Constitución del 2008, representa en sí misma el reconocimiento y optimización de las luchas de los movimientos sociales, que históricamente han tenido una gran incidencia, no obstante, la Constitución gestada en Montecristi, configura el derecho a una igualdad formal, igualdad material y no discriminación. En ese sentido (Williams, 2009), establece que desde una perspectiva histórica la igualdad ha sido entendida de tal forma que ha promovido y ha escondido la discriminación, es decir, la igualdad ha acentuado diferencias.

Uno de los avances más significativos de la constitución de Montecristi fue no solo la incorporación y desarrollo el acceso a la justicia para las mujeres, la imprescriptibilidad de delitos relacionados con violencia de género e intrafamiliar, un sistema de justicia eficiente, ágil, libre de corrupción y que termine con la impunidad. La protección integral de las víctimas de violencia, la reparación y restitución de derechos.

Dentro de la CRE vigente desde el mes de octubre del 2008, se consagran con característica de preceptos constitucionales la igualdad, equidad y no discriminación con el fin de alcanzar una sociedad que brinde participación equitativa, igualdad de oportunidades y la erradicación de usos y prácticas discriminatorias dentro del estado.

Se constituye como deber primordial del Estado Ecuatoriano, garantizar “el efectivo goce” de los derechos establecidos tanto en la Constitución como en instrumentos internacionales de derechos, el ejercicio de los derechos se regirá por los principios de igualdad y no discriminación tal como lo establece la (Asamblea Nacional Constuyente, 2008) en su artículo 11 numeral 2.

En el capítulo sexto que contiene los Derechos de libertad en su artículo 66 se reconoce y garantizará a las personas un catálogo de derechos los mismos que se enunciaran brevemente; en el numeral 1 el derecho a la inviolabilidad de la vida; en el numeral 3 la integridad personal tanto la integridad física, psíquica, moral y sexual como una vida libre de violencia en el ámbito público y privado.

Lo que genera además en una obligación estatal del Estado de adoptar las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la ejercida contra las

mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas adultas mayores, personas con discapacidad y contra toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad; idénticas medidas se tomarán contra la violencia, la esclavitud y la explotación sexual. Así como en el numeral cuarto del mismo artículo se garantiza el derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación (Asamblea Nacional Constuyente, 2008)

Como lo plantean las autoras Diana Russell y Jill Radford al llamar a las muertes de mujeres por su condición de genero femicidio, se remueve el velo oscurecedor con el que las cubren términos "neutrales" como homicidio o asesinato.
El concepto de femicidio es necesario porque indica el carácter social y generalizado de la violencia basada en la inequidad de género y nos separa de planteamientos naturalizados, individualizantes, o patologizados que tienden a culpar a las víctimas re victimizándolas, al graficar a los agresores como "locos", "fuera de control" o "animales" o a concebir estas muertes como el resultado de "problemas pasionales".
Estos planteamientos, producto de mitos muy extendidos, ocultan y niegan la verdadera dimensión del problema, las experiencias de las mujeres y la responsabilidad de los hombres. Es decir, el concepto de femicidio ayuda a desarticular los argumentos de que la violencia de género es un asunto personal o privado y muestra su carácter profundamente social y político, resultado de las relaciones estructurales de poder, dominación y privilegio entre los hombres y las mujeres en la sociedad (Carcedo & Sagot, 2000)
Desde otra óptica, tener esta denominación permite discriminar los femicidios de los asesinatos de mujeres, es decir, aquellos, en los que, según lo que sostiene Russell: "el género femenino de una víctima es irrelevante para el perpetrador. Por ejemplo, un varón armado que dispara y mata a los propietarios, hombre y mujer, de un supermercado en el transcurso de su crimen, no ha cometido un feminicidio (Russell D., 2006)
De acuerdo a los organismos de protección de derecho humanos, el femicidio constituye una violación de los derechos humanos de las mujeres que lleva consigo el incumplimiento de las obligaciones internacionales contraídas por los Estados conforme la Convención de Belén do Pará.

Femicidio en el Código Orgánico Integral Penal COIP

La fenomenología que responde a la creación del tipo penal Femicidio como una manera de dar una respuesta común desmontando todo el aparataje ideológico que nos limita la comprensión y la posibilidad de una vida conjunta, es decir el género debe ser un punto de partida como dijera (Godelier, 2004), la situación de las mujeres es claramente de subordinación, es decir, separadas del principal factor de producción (tierra) y de los principales medios de destrucción (armas), excluidas históricamente del conocimiento.

El Código Orgánico Integral Penal en sus artículos 141 tipifica el Femicidio indicando que será sancionada con pena privativa de libertad de veintidós a veintiséis años la persona que, como consecuencia de relaciones de poder mediante cualquier forma de violencia, provoque la muerte a una mujer por el hecho de ser mujer o por su condición de género. (Asamblea Nacional, 2014)
Con la finalidad de analizar esta figura se desglosa el artículo previamente enunciado

Sujeto Activo: INDETERMINADO es imperante indicar que en este delito es indeterminado en virtud que el artículo 141 del COIP, utiliza la expresión: “la persona que” lo que conlleva que el sujeto activo del delito de femicidio puede ser un hombre o de una mujer es un sujeto sin definir y no calificado; no obstante, su acción debe ser el resultado de las relaciones de poder. La indeterminación genérica del sujeto activo rompe el esquema trazado por la doctrina feminista ya que partiendo desde el análisis de la Historia han sido los hombres quienes se han encontrado en posición de ventaja y superioridad frente a las mujeres, no obstante, no es una limitante respecto al sujeto Activo.

Sujeto Pasivo: DETERMINADO en el caso del Sujeto Pasivo del Femicidio debe ser una Mujer ya que en el artículo en mención este sujeto pasivo si está definido.

El bien jurídico tutelado: Derecho a la Vida; El derecho a la integridad personal
Los elementos normativos: “relaciones de poder manifestadas en cualquier tipo de violencia”, “la condición de mujer”, “la condición de género”. Pero la condición de género como circunstancia motivante del femicidio, es una construcción cultural y social que va más allá de las diferencias sexuales.

En el Artículo 142 artículo se enlistan las circunstancias que agravan el delito en tal virtud se impone el máximo de la pena prevista es decir 26 años. En tal virtud las circunstancias agravantes del femicidio son:

1. Haber pretendido establecer o restablecer una relación de pareja o de intimidad con la víctima.
2. Exista o haya existido entre el sujeto activo y la víctima relaciones familiares, conyugales, convivencia, intimidad, noviazgo, amistad, compañerismo, laborales, escolares o cualquier otra que implique confianza, subordinación o superioridad.
3. Si el delito se comete en presencia de hijas, hijos o cualquier otro familiar de la víctima.
4. El cuerpo de la víctima sea expuesto o arrojado en un lugar público.

Este delito cuenta con circunstancias agravantes propias de este delito, por el contenido de las agravantes previstas en los numerales, uno, dos y tres, se puede inferir que el legislador considere que la gravedad de este delito se ve incrementada cuando se comete en procura de establecer o restablecer en una relación de pareja o íntima, exista o haya existido relaciones familiares, conyugales y otras, o cuando se comete en presencia de los hijos o un familiar.

No obstante, eso no significa que no puedan coincidir con las 19 circunstancias agravantes de la infracción penal que se encuentran tipificadas en el artículo 47; en tal virtud en el evento que luego del proceso se establezca la presencia de una o más agravantes el Tribunal que conozca la causa impondrá la pena máxima prevista en el tipo penal, 35 aumentada en un tercio, conforme lo dispone el artículo 44 del Código Orgánico Integral Penal. Es decir, ya que la pena máxima 26 años de privación de libertad, existiendo agravantes generales de la infracción penal, esta pena se incrementa en un tercio, esto es 8 años 6 meses, dando como resultado una pena privativa de libertad de 34 años 6 meses

Uno de los casos que mayor conmoción social ha causado es precisamente el de Diana Carolina una joven de 22 años que fue asesinada en la ciudad de Ibarra frente a testigos entre los que se encontraban varios miembros de la Policía Nacional quienes no pudieron hacer nada hacer para evitar que su victimario le propinara varias puñaladas que le ocasionaron la muerte a la ecuatoriana que se encontraba en estado de gestación a manos de su pareja de un ciudadano extranjero.

"Cada 72 horas en Ecuador una mujer es víctima de femicidio. Al 29 de mayo de este año, se registraron 39 mujeres víctimas de femicidio. En el 89% de casos los femicidas fueron ex parejas, novios o esposos. El 26% de las víctimas mortales ya habían reportado incidentes violentos, pero no fueron protegidas. En consecuencia, 47 niños, niñas y adolescentes han quedan en la orfandad", resume CEPAM en un comunicado emitido el 30 de mayo del 2019.

Por lo que se constata la necesidad de la tipificación desde el año 2007 cada uno de los países de América Latina comenzaron a tipificar ya sea usando la denominación femicidio o feminicidio; para adentrarnos en este tema e imperante recordar que existe un sinnúmero de fórmulas legales para delimitar el femicidio/ feminicidio y es precisamente el ejercicio de adecuación de cada legislación a su realidad más cercana lo que genera una dispersión conceptual, sin embargo esto no debe restar importancia al esfuerzo internacional para el pleno reconocimiento social de los derechos olvidados durante años (Laurenzo, Maqueda, & Rubio, 2012)

No obstante el establecimiento de la conducta típica antijurídica del femicidio en nuestra legislación penal, la tipificación, ha logrado disminuir la tasa de mortalidad de las mujeres por femicidio y de hecho la misma sigue en aumento, lo cual implica que la responsabilidad de esta situación recaiga sobre la sociedad que ha creado una estructura flagelaría que lacera los derechos femeninos.

Que la tipificación de la Figura del femicidio, ha permitido visibilizar, una realidad escondida en las estadísticas generales del homicidio o asesinato, y ha permitido, que cuando se cumplen los presupuestos del artículo 141, del Código Orgánico Integral Penal, es decir como resultado de relaciones de poder a través de cualquier tipo de violencia, de muerte a una mujer, por el hecho de ser mujer o por su condición de género, imponiendo una pena privativa de la libertad de 22 a 26 años, y en el caso que se configuren los agravantes, considerados en el artículo 142, se impondrá el máximo de la pena.

CONCLUSIONES

Al iniciar este artículo se planteó como objetivo general "Establecer la importancia de la normativización del Femicidio en el Ecuador". De la revisión de todos los trabajos bibliográficos, estudios y pensamientos que anteceden se ha concluido que la positivización del femicidio en el Ecuador no solo se debía a una obligación internacional, generada por la convención de Belén du Para, sino también fue una respuesta moral, ante los casos que se presentan diariamente en nuestras ciudades, comunidades y pueblos.

Si bien es cierto el resultado de la muerte de una mujer, ya sea por el hecho de ser mujer, o por una cosificación que genera en el agresor una certeza de pertenencia que le motiva a pensar erróneamente que puede tomar incluso su vida si así lo desea; lo que no es patrimonio del Ecuador objeto principal del estudio, si no que hemos podido concluir que es una constante que observamos en los noticieros de toda américa Latina; entorno que por las múltiples coincidencias, socioculturales, económicas y jurídicas hemos analizado.
Esta positivización ha perseguido obtener un situar en el discurso de la criminalística moderna y pretende finalmente visibilizar un escenario de violencia sistemática, invisibilizada, silenciada y mantenida oculta en las estadísticas de Homicidio como generalidad por muchos siglos encontrando como principal cómplice la indiferencia, vergüenza y tolerancia social.

Si bien el Femicidio no es restrictivo a las clases más pobres de nuestros países, si se constata que este fenómeno evidentemente tiene más incidencia en entornos socioculturales inferiores que se caracterizan por bajos niveles de educación, y en su mayoría entornos de desempleo o subempleo, no es un incidente aislado de los grupos de la misma que se conseguirá a través de la revisión tanto de la normativa nacional como internacional, la doctrina haciendo énfasis en casos concretos que nos permitan determinar la trascendencia de esta figura en la lucha contra todo tipo de violencia contra la mujer.

No obstante el concepto “Femicide” concepto que fuere inicialmente desarrollado en los Estados Unidos de América, no puede negarse que ha sido en América Latina donde el concepto se ha estudiado, ampliado y discutido a profundidad, desde múltiples aristas llegando adquirir una real e innegable transcendencia internacional, no solo por haberse derivado no uno sino dos conceptos que si bien es cierto tienen un fin similar, presentan diferencias marcadas de las expresiones "**femicidio**" y " **feminicidio**" según algunas teóricas el feminicidio/femicidio como la muerte violenta de mujeres, por su condición de mujer o asesinato de mujeres por razones asociadas al género.

Cuando se utiliza la expresión muerte violenta, se dan un tono enfático a la violencia, ensañamiento, como causante de la muerte de la mujer. Desde la óptica penal se incluyen en esta categoría las muertes que derivan no solo de ser mujer, o de haber mantenido algún tipo de relación se está personal, afectiva, laboral o familiar.
Al tratarse de un delito que por su naturaleza genera gran conmoción social y por tratarse de un tema tan sensible nos encontramos con múltiples limitaciones al realizar la investigación, la dificultad de obtener información específica por tratarse de una materia reservada. Que como forma de proteger a la víctima, lo que consideran necesario para evitar una mayor estigmatización.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Nacional Constuyente, E. (2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador.* Montecristi: Registro Oficial.

Asamblea Nacional, E. (2014). *Código Orgánico Integral Penal .* Quito: Registro Oficial.

Campbell, J. C. (1992). *If I Can't Have You, No One Can: Power and Control in Homicide of Female Partners.* New York: Twayne Publishers.

Caputi, J. y. (1987). *Femicide: Sexist Terrorism against Women.* New York: Twayne.

Carcedo, A., & Sagot., M. (2000). *Femicidio en Costa Rica, 1990-1999.* San José de Costa Rica: Organización Panamericana de la Salud, Programa Mujer, Salud y Desarrollo.

Copello, P. L. (2012). Apuntes sobre el feminicidio. *Revista de Derecho penal y criminología 3ª época, n. 8*, 122.

Godelier, M. (2004). *Métamorphoses de la parenté.* Paris: Fayard.

Lagarde, M. (2009). *Claves feministas en tornos al feminicidio.* Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

Lagarde, M. (2014). Conferencia "Retos del Feminismo, hoy". Buenos Aires: Redes de Feministas Argentinas.

Lagarde, M. (2006). *Feminicidio: una perspectiva global, México, Comisión Especial para Conocer y Dar Seguimiento a las Investigaciones Relacionadas con los Feminicidios en la República Mexicana y los Feminicidios en la República Mexicana y a la Procuración de Justicia Vinc.* Mexico: Diana Russell y Roberta Harmes.

ONU, O. d. (2008). *Declaración sobre el Femicidio del Comité de Expertas/os (documento MESECVI/CEVI/DEC. 1/08.* New York: Onu.

Radford, J., & Rusell, D. (1992). *Femicide the Polithics of woman killing.* New York: Twayn Publishers.

Russell, D. (2006). *Feminicidio: una perspectiva global, "Definición de feminicidio y conceptos relacionados; Comisión Especial para Conocer y Dar Seguimiento a las Investigaciones Relacionadas con los Feminicidios la República Mexicana y a la Procuración de Justicia Vincul,.* México: Diana Russell y Roberta Harmes.

Williams, J. (2009). *"Igualdad sin discriminación", en Ramiro Avila Santamaría, Judith Salgado y Lola Valladares, El género en el derecho. Ensayos críticos,.* Quito: Ministerio de Justicia Derechos Humanos y Cultos.

006. LAS EMPRESAS MULTINACIONALES ANDINAS: SITUACIÓN JURIDICA ACTUAL EN EL ECUADOR

Ab. Roger Nieto Maridueña, Msc.
Universidad Tecnológica ECOTEC
Docente Investigador
rnieto@ecotec.edu.ec

RESUMEN. -

La integración latinoamericana ha quedado afianzada en órganos del Derecho Internacional Público como es el caso de la Comunidad Andina de Naciones, ente que durante su ejercicio ha ido impulsandoel desarrollo de la región a través de algunos instrumentos jurídicos como la Decisión No. 292, que constituye el marco jurídico supranacional para la constitución de Empresas Multinacionales Andinas que ejerzan actividades económicas en cualquiera de los países miembros; motivo por el cual, el legislador ecuatoriano en estricto cumplimiento de los tratados internacionales, tiene la obligación de armonizar la legislación interna de manera que viabilice la creación y operación de esta clase de sociedades en el nuestro territorio.

Palabras clave: Empresa Multinacional Andina, Comunidad Andina de Naciones, Integración, Decisión No. 292.

INTRODUCCIÓN

Objetivo general. -

Realizar un análisis jurídico-académico sobre la situación actual de las Empresas Multinacionales Andinas, en lo referente a la armonización de la legislación ecuatoriana con respecto de la Norma Supranacional de la Comunidad Andina, la Decisión No. 292.

Objetivos específicos. -

- Conocer la forma como la Comunidad Andina de Naciones ha normado a las sociedades internacionales denominadas Empresas Multinacionales Andinas.
- Evidenciar la evolución normativa en el Ecuador en lo referente a la constitución, operación y tributación de las Empresas Multinacionales Andinas, a fin de concluir si ha existido un verdadero progreso y desarrollo de dicha modalidad de inversión extranjera directa.
- Comprobar a través del análisis de la legislación nacional y la información oficial el incentivo estatal y la utilización en la inversión directa que recibe el Ecuador de las Empresas Multinacionales Andinas constituida al amparo de la Decisión No. 292 de la Comunidad Andina de Naciones.

Antecedentes

Al momento de la suscripción del Acuerdo de Cartagena, el concepto de las empresas multinacionales tomó características nuevas, propias de la subregión andina, dado que el modelo de integración(GALLEGOS, 2018) de la comunidad es distinto al formulado en el Tratado de Montevideo, a pesar que tiene su antecedente en él, considerando su contexto histórico, político y económico (DÍAZ, 1998).

El Acuerdo de Cartagena no estableció un tratamiento específico y desarrollado para las Empresas Multinacionales Andinas, sino que solamente formulo su marco general, resumido en los siguientes preceptos:

- El artículo 28 se limitaba a “recomendar el establecimiento de empresas multinacionales para la instalación, ampliación o complementación de determinadas industrias”.
- Estas empresas estaban cicunscritas de acuerdo al articulo 38 al área de la programación industrial.
- En su artículo 86 se disponía que “los países miembros propenderán al establecimiento de entidades o empresasde carácter multinacional, cuando ello sea posible conveniente para facilitar la ejecución y administración de… proyectos de infraestructura, en los campos de la energía, los transportes y las comunicaciones.

La Decisión Nº. 563 mediante la cual se dictó la Codificación del Acuerdo de Cartagena, en su artículo 56 señala que las Empresas Multinacionales Andinas deben sujetarse al régimen

uniforme de la Comunidad Andina, lo cual es lógico, porque dichas personas jurídicas son el producto más palpable de la manifestación del Derecho Comunitario(URIBE, 1990)en su faceta integradora.

El artículo 107 literal d) de la Decisión Nº. 563 establece como un deber de los Países Miembros de la CAN, el ejecutar acciones y coordinar sus políticas en materias financieras y de pagos, en la medida necesaria para facilitar la consecución de los objetivos del acuerdo, para lo cual la Comisión a propuesta de la Secretaría General debía adoptar medidas que faciliten la circulación de capitales dentro de la subregión y en especial la promoción de Empresas Multinacionales Andinas.

Las Empresas Multinacionales Andinas nacieron bajo el régimen uniforme establecido por la Decisión No. 46(TERÁN, 1978), para dar cumplimiento al compromiso que adquirieron las naciones integradas en la comunidad andina, como se estableción en el artículo 28 del Acuerdo de Cartagena.

Posteriormente para regular el régimen de las Empresas Multinacionales Andinas se dictaron las Decisiones No. 169, 244 y actualmente la 292(PICO, 2004) es la que está en vigencia.

La Decisión Nº. 292 en su artículo 26 establecen como deber de los miembros de la Comunidad Andina, estimular la constitución de Empresas Multinacionales Andinas con el objeto de facilitar el proceso de desarrollo industrial conjunto en la Subregión en las distintas modalidades de integración industrial previstas en el Acuerdo de Cartagena, para lo cual promoverán y facilitarán su constitución en el campo de los servicios y otros sectores productivos, es decir, para lograr un bienestar en el nivel de vida de los habitantes de la Subregión(URIBE, 1990).

Concepto de Empresa Multinacional Andina:

El artículo 1 de la Decisión Nº. 292 no contiene una conceptualización doctrinaria de lo que es una Empresa Multinacional(LECOMPTE, 1980) Andina, tan solo se limita a establecer que la EMA es la que cumple con los requisitos determinados en sus siete literales. Los requisitos del artículo 1 de la Decisión Nº. 292 tiene un carácter procedimental societario, por cuanto establecen dentro del proceso de constitución de una EMA, la información que debe constar en su estatuto social y parte de su forma de administración.

En el Derecho Comunitario Andino tiene una gran importancia el no confudir los téminos “multinacional” con “transnacional”, por cuanto la ONU por pedido de los Estados Miembros de la CAN considera que son empresas multinacionales las entidades operadas conjuntamente bajo la autoridad de los país de la Subregión Andina, y, que las transnacionales son las empresas que teniendo el dominio de la producción o servicios fuera del país en donde tienen su base, ejercen actividades para el control de haberes en varias naciones.

DESARROLLO

A. Régimen Juridico Andino de las Empresas Multinacionales Andinas

A.1. Uniformidad.-

El Régimen jurídico establecido por la CAN en su Decisión Nº. 292 para las Empresas Multinacionales Andinas tiene un carácter de “uniforme” para todos los Estados Miembros de la Subregión, es decir, que tiene aplicación igualitaria en su ejecución, siendo un producto del Derecho Comunitario Andino(MONCAYO, 2000), que reune todas las características que lo identifican como tal.

El Régimen Uniforme de Empresas Multinacionales Andinas, tal como consta en el Considerando de la Decisión Nº. 292, tiene por finalidad preservar y estimular la asociación de inversionistas nacionales en los Países Miembros, para la ejecución de proyectos de interés compartido y alcance multinacional.

A.2. Deber de armonizar la legislación interna frente a la Decisión 292.-

La armonización legislativa está mencionada como un deber de los Estados miembros en la Decisión 563 de Codificación del Acuerdo de Cartagena: “armonización gradual de políticas económicas y sociales y la aproximación de las legislaciones nacionales en las materias pertinentes” (Art. 3 literal b); “promover la armonización de las legislaciones de los Países Miembros”(Art. 43 literal f); “armonización gradual de las legislaciones económicas y los instrumentos y mecanismos de regulación y fomento del comercio exterior de los Países Miembros que incidan sobre los mecanismos previstos en el presente Acuerdo para la formación del mercado subregional” (Art.58). También consta en otros otros instumentos de la Comunidad Andina de Naciones como en el Art. 1 de la Decisión 330, que establece la “armonización de los demás incentivos a las exportaciones intrasubregionales, en cuanto a los mecanismos cambiarios, financieros y fiscales y a los Regímenes Aduaneros”; y, en la Decisión 671 de “armonización de regímenes aduaneros”.

Si bien la normativa de la CAN no define lo que es armonización legislativa, este deber consagrado en el Derecho Internacional lo encontramos caramente descrito en el Derecho Comunitario Europeo como el “proceso mediante el cual se lleva a cabo la unificación de la legislación de todos los Estados Miembros para, respetando las concepciones jurídicas y técnicas legislativas propias de cada país, conseguir los objetivos comunes establecidos en los Tratados Constitutivos…” (MONCHON, APARICIO, & FERNANDEZ, 2004).

A.3. Domicilio de la Empresa Multinacional Andina:

El literal a) del artículo 1 de la Decisión Nº. 292, determina que el domicilio (BALESTRA, 1970) principal de la EMA esté situado en el territorio de uno de los Países de la CAN, o en el que tenga

lugar la transformación o fusión de la empresa, lo cual evidencia que en el primer caso, se refiere al domicilio señalado en el estatuto social de constitución de la EMA, y, en el segundo caso se refiere a las empresas nacionales a las que hacen alusión los artículos 5 y 6 de la Decisión ibídem.

A.4. Tipo societario de la Empresa Multinacional Andina:

Es importante resaltar que el hecho de que en el literal b) del artículo 1 de la Decisión Nº 292 se haya escogido la figura societaria de la sociedad anónima tiene una explicación doctrinal, dado que la doctrina del Derecho de Integración expresa que la elección de la sociedad anónima para este tipo de empresas, tuvo como fundamento el hecho de que la sociedad anónima se encuentra reconocida en todos los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones sobre bases similares, lo cual facilita la concentración y la movilidad internacional de las empresas, permitiendo captar mejor el ahorro subregional y el de terceros países.

Toda constitución societaria de una EMA, así como también su transformación o adecuación debe ser informada por los países miembros de la Comunidad Andina, dentro de los sesenta días siguientes al acto societario de que se trate, a la Junta (Actualmente es la Secretaría General) para efectos de su registro, a través del medio nacional competente.

A.5. Inversión en el capital, aportes y valor de las acciones en las Empresas Multinacionales Andinas:

A fin de desarrollar la Decisión Nº 291 y 292 el artículo 6 ibídem señala las formas como pudeden realizarse las inversiones de los habitantes de la Subregión, la cual puede realizarse a través de:

a) Efectivo, en moneda extranjera libremente convertible o moneda nacional, entregado mediante aportes a capital u otro tipo de anticipos de los socios o accionistas u otros compromisos de pago asumidos por los inversionistas o por cuenta de ellos para proveer soporte financiero a la empresa receptora para la ejecución del proyecto.

b) Bienes físicos o tangibles, incluyendo equipos, maquinarias, vehículos, accesorios, componentes, repuestos, partes y piezas, materia prima y productos intermedios provistos para la ejecución del proyecto.

c) Bienes intangibles aportados para la ejecución del proyecto o el cumplimiento del objeto de la empresa receptora de la inversión, incluyendo activos financieros.

d) Créditos asociados conforme a lo previsto en el presente reglamento.

e) Capitalización de créditos en cualquier moneda, si su contratación o fuente generadora se encontrare debidamente autorizada, registrada o justificada, según el caso, de conformidad con las pertinentes normas vigentes a la fecha en que se efectúe su capitalización.

f) Capitalización de utilidades u otras acreencias relacionadas con una inversión, según las normas vigentes a la fecha de inicio.

El capital con el cual se constituye la EMA está dividido en acciones, como en toda compañía anónima, las cuales son nominativas y de igual valor, a fin de que todos los accionistas tengan iguales derechos y obligaciones; estando el valor de dichas acciones expresado en la moneda del País Miembro de la CAN en el cual tenga su domicilio principal, pudiendo estar expresado en otra moneda como el dólar, si la legislación del país de su domicilio permite que se pueda realizar en dicha unidad monetaria. El aporte mayoritario de inversionistas de varios países miembros al capital social de la EMA y el ejercicioconsecuente del control(LECOMPTE, 1980) de la misma por los inversionistas subregionales, es uno de los factores que caracteriza a la Empresa Multinacional Andina.

Los aportes con los cuales se constituye la EMA deben ser de propiedad de inversionistas de dos o más países de la Subregión, cuya suma arroje un porcentaje superior al 60% del capital de la EMA, pero existen excepciones a esta regla:

- Si los aportes constitutivos de la EMA pertenecen a inversionistas de más de dos países de la Subregión, la suma de los aportes de por lo menos dos países no puede ser inferior al 15% del capital de la empresa.

- Si los aportes constitutivos de la EMA pertenecen a inversionistas de sólo dos países de la Subregión, la suma de los mismos no puede ser inferior al 15% del capital de la empresa.

- En estos dos casos las inversiones del país del domicilio principal deben ser iguales o superiores al 15% del capital de la empresa.

- Los inversionistas subregionales tienen derecho a designar un Director por cada uno de sus países, siempre y cuando tengan una participación no inferior al 15% en el capital de la empresa.

Para la Decisión Nº. 291 se considera inversionista nacional al Estado, las personas naturales nacionales y las personas jurídicas definidas como nacionales por las legislaciones de los Países Miembros de la CAN, los cuales pueden aportar al capital de una EMA.

Esta Decisión Nº. 291 establece una clasificación de empresas por la conformación de su capital accinario, dentro de las cuales tenemos a la empresa nacional y a la empresa extranjera. La empresa nacional es la constituída en el país receptor y cuyo capital pertenezca en más del ochenta por ciento a inversionistas nacionales, siempre que, a juicio del organismo nacional competente, esa proporción se refleje en la dirección técnica, financiera, administrativa y comercial de la empresa; en su defecto, empresa extranjera es la constituída o establecida en el país receptor y cuyo capital perteneciente a inversionistas nacionales sea inferior al cincuenta y uno por ciento, o cuando siendo superior, a juicio del organismo nacional competente, ese porcentaje no se refleje en la dirección técnica, financiera, administrativa y comercial de la empresa.

De acuerdo al Regímen Común de la Decisión Nº. 291 se considerarán como inversionistas nacionales, las inversiones de propiedad de inversionistas subregionales, en los términos establecidos en la misma, por lo que para conocer lo que es un inversionista subregional debemos acudir al texto del artículo 1 de esa misma Decisión, en el cual se expresa que Inversionista Subregional es el inversionista nacional de cualquier País Miembro distinto del país receptor.

Para la determinación de la calidad de nacional, mixta o extranjera de la empresa en que participen estas inversiones, se excluirá de la base de cálculo, el aporte de capital neutro y solo se tomarán en cuenta los porcentajes de participación de los inversionistas nacionales y extranjeros en el monto restante del capital.

La forma como los inversionistas subregionales pueden realizar sus aportes al capital de la EMA puede ser realizado en numerario o en especies tangibles o intangibles; debiendo utilizarse para el aporte en numerario, monedas libremente convertibles o moneda nacional proveniente de recursos que deben ser reexportados; en el caso del aporte en especies tangibles, se menciona a manera de ejemplo, que pueden aportarse plantas industriales, maquinarias nuevas y reacondicionadas, equipos nuevos y reacondicionados, repuestos, partes y piezas, materias primas y productos intermedios, provenientes de cualquier país distinto al del domicilio principal; y, se expresa que puede aportarse al capital de la EMA mediante contribuciones tecnológicas intangibles, con la particularidad de que debe ser en las mismas condiciones que se establezcan para los inversionistas extranjeros.

El control de los aportes lo realiza en organismo nacional competente, el cual los registrará en moneda convertible, pero verificando previamente la calidad de nacional del inversionista, con el cotejamiento de su documento de identidad, en el caso de personas naturales o de la certificación emitida por el Ministerio de Industrialización y Comercio en el caso de las personas jurídicas ecuatorianas.

A.6. El Régimen de tratamiento especial a la Empresa Multinacional Andina

El Acuerdo de Cartagena adoptó el sistema de programación industrial, agropecuaria y de infraestructura en los artículos 32, 69, 70, 86 y 87 de su texto original, como instrumento básico del proceso de integración subregional, señalando en su artículo 26, que la coordinación de planes de desarrollo y de armonización de las políticas económicas y sociales, tiene por finalidad llegar a un régimen de planificación conjunta para el desarrollo integrado del area.

Las bases del programa de acción inmediata de los países participantes de la Declaración de Bogotá de agosto de 1966, indicaban que los estudios necesarios para la constitución de empresas de carácter multinacional debían recomendar los estímulos necesarios para dar un tratamiento preferente a estas industrias, en aspectos tales como la eliminación de la doble tributación, liberaciones aduaneras de importación de equipos, facilidades de exportación e importación de sus productos a nuestros países. En esa línea de acción la Decisión Nº. 292 de la CAN establece a partir de su artículo 9 un régimen de tratamiento especial a la Empresa

Multinacional Andina, a través del fomento de algunas de sus actividades y la exhoneración de ciertos gravámenes o requisitos solicitados a las empresas extrajeras, tales como:

- Dar un tratamiento igualitario a la EMA y sus sucursales para la adquisición de bienes o servicios del sector público.
- Libre circulación dentro de la CAN de los aportes destinados al capital de la EMA y sus sucursales.
- Liberación de gravamenes, restricciones u obstáculos a las exportaciones e importaciones de bienes materiales que sean aportes subregionales al capital de una EMA.
- Libre acceso de la EMA a los mecanismos de fomento de las exportaciones en condiciones igualitarias a la de las empresas nacionales.
- Libre utilización de los sistemas especiales de importación y exportación del país en el que se encuentra el domicilio principal.
- Acceso a la participación de la EMA y sus sucursales en los sectores de la actividad económica reservados para las empresas nacionales.
- Derecho de la EMA a instalar suscursales en países de la CAN diferentes del país del domicilio principal.
- Derecho de las sucursales de la EMA a transferir al domicilio principal la totalidad de sus utilidades netas comprobadas, que provengan de su inversión directa.
- Derecho de los inversionistas extranjeros y subregionales en una EMA a transferir al exterior la totalidad de las utilidades netas comprobadas que provengan de su inversión directa, lo cual guarda concordancia con el artículo 4 de la Decisión 291.
- Tratamiento tributario igualitario a la EMA y sus sucursales con respecto al que reciben las empresas nacionales.
- Exhoneración del impuesto a la renta y a las remesas de la parte de los dividendos distribuídos por la EMA, que correspondan a las utilidades obtenidas por sus sucursales en los demás países de la CAN.
- Exhoneración del impuesto a la renta a la redistribución que realice la empresa inversionista de la parte de los dividendos percibidos de la Empresa Multinacional Andina que corresponda a las utilidades obtenidas por las sucursales de esta última instaladas en los demás Países Miembros
- Exhoneración del impuesto a la renta en los Países Miembros distintos al del domicilio principal, a la redistribución que realice la empresa inversionista de los dividendos percibidos de la EMA.
- Facilidad de contratación de los países de la CAN de personal de origen subregional, para laborar en el país del domicilio principal o en los países donde están sus sucursales.
- Consideración de nacional del personal calificado de origen andino de la EMA.
- Libre ingreso y permanencia de los promotores e inversionistas de la EMA en el territorio de los países miembros de la CAN, para los efectos de su constitución y funcionamiento, para lo cual los países de la Subregión deben otorgar las visas que autoricen su ingreso y permanencia.

B. Régimen Juridico Ecuatoriano de las Empresas Multinacionales Andinas:

B.1. Normas inciales que regulaban las Empresas Multinacionales Andinas.

El marco legal mediante el cual debe desenvolverse la EMA esta expresado en el artículo 7 de la Decisión Nº 292, en el cual se parte del principio de la autonomía de la voluntad, contenido en las claúsulas del contrato social, que vendría a ser la primera ley de la EMA(INTAL_BID, 1973), pero, en defecto o ausencia de disposiciones en dicho estatuto, se aplicará el Régimen Uniforme o el Régimen Común desarrollado en la Decisión Nº. 291 o la legislación nacional del domicilio principal siempre y cuando no viole el principio de primacía de la norma comunitaria (PICO, Derecho Andino, Sistematización y Comentarios, 1989), repentando la supranacionalidad (CARRILLO, 1990) de ésta, en este orden; pero, si fuera necesario se puede aplicar la legislación del país donde se establezca la relación jurídica o la de aquél donde hayan de surtir efecto los actos jurídicos de la EMA, de acuerdo a las normas de derecho internacional privado del Código Sánchez de Bustamante. Además, en caso de controversias(LECOMPTE, 1980) los accionistas de la EMA pueden acudir a los órganos supranacionales sin perjuicio de invocar a los jueces nacionales la primacía del Derecho Comunitario Andino.

En lo que respecta a las normas y reglamentos internos del Ecuador (GARRÓN, 2006), en el año de 1997 se expidió la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, con el fin de normar y promover a la inversión. En el capítulo que corresponde a la Inversión Extranjera Directa, se puntualizaba que ésta era un canal importante para la incorporación de tecnología, gestión, mercados y financiamiento. Además, esta Ley contemplaba la creación de un Consejo encargado de determinar políticas, expedir normas, proponer lineamientos y estrategias: el COMEXI. Se designó al MICIP como órgano ejecutor de las políticas; y, se conformó el Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, con la CORPEI como el mecanismo encargado de orientar y dirigir la promoción no financiera de la inversión directa en la nación.

En 1997 se expidió la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones que agregaba las normas nacionales y las de la CAN, en cuyo artículo 9, se establecía que el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca era el organismo nacional competente para los efectos previstos en las decisiones de la Comunidad Andina referentes a los regímenes uniformes para Empresas Multinacionales Andinas; luego se dictó el Reglamento Sustitutivo de esta Ley, en enero de 2001. Con las disposiciones que se incluyen en este cuerpo y con la actualización de su reglamento se dio un giro de consideración respecto de la apertura a los flujos de capital extranjero. Así, las inversiones extranjeras se podían efectuar en cualquier rama de actividad económica, sin necesidad de autorización previa de cualquier ente del Estado, con iguales derechos y similar tratamiento que las inversiones nacionales; exceptuándose a los sectores vinculados con las áreas estratégicas del Estado. Asimismo, los inversionistas extranjeros tenían libertad de transferir al exterior las utilidades netas generadas de sus recursos, una vez pagados los tributos nacionales correspondientes. No existía limitación para negociar directamente transferencias de acciones y participaciones de capital y repatriar los recursos generados en esa negociación. Se otorgaba libertad de acceso al sistema financiero nacional y al mercado de valores para facilitar las transacciones. Se daba estabilidad tributaria a los proyectos de mediano y largo plazos, al mantenerse por un período determinado la tarifa aplicable al impuesto a la renta, vigente al momento de efectuarse la inversión. A los inversionistas extranjeros se les daba la opción de suscribir contratos de inversión con el MICIP, para evitar errores por interpretaciones en el tratamiento dado por esta Ley.

B.2. Normas actuales que regulan las Empresas Multinacionales Andinas.

En el Registro Oficial No. 744 del 14 de enero de 2003, se publicó el Texto Unificado de Legislación del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, en cuyo artículo 6 encontramos el desarrollo del Contrato de Inversión, mecanismo a través del cual los habitantes de la subregión pueden formar parte de una EMA que se constituya en el Ecuador. En esta norma se define a la inversión como "aquellas contribuciones o aportes considerados como inversiones extranjeras directas, subregionales o neutras conforme al Régimen común de tratamiento a los capitales extranjeros y sobre marcas, patentes, licencias y regalías…".

Acorde a dicha definición, las inversiones subregionales deben realizarse a través de un contrato de inversión cuando su finalidad es la de ejecutar actividades económicas o comerciales, consistentes en contribuciones hechas al capital de sociedades constituidas o por constituirse en el país o a sucursales en el Ecuador de sociedades constituidas en el exterior.

l Texto Unificado de Legislación del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, a través del contrato de inversión estableció garantías para el ingreso de capitales extranjeros, tal como lo establece su artículo 9, llegando inclusive a proporcionar una estabilidad jurídica y tributaria (Artículos 12 y 13) a esta clase de inversiones, para que los extranjeros tengan la tranquilidad que a pesar de los cambios políticos en el Ecuador, no se van alterar las normas ni los tributos que deben cumplir, como es el caso de las nuevas inversiones en proyectos ya existentes o destinadas al desarrollo de nuevos proyectos o a la generación de producción gozarán de una estabilidad tributaria de 10 años en el primer casi y de 20 en las del segundo caso.

El Código Orgánico de la Producción en su artículo 24 contempla tres clases de incentivos de carácter tributario para las inversiones que ingresan al país como es el caso de las Empresas Multinacionales Andinas, que son:

- **Los incentivos generales (inversiones en cualquier parte del Ecuador):**
  - La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta.
  - Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo especial, siempre y cuando dichas zonas cumplan con los criterios para su conformación.
  - Las deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción eco-eficiente.
  - Los beneficios para la apertura del capital social de las empresas a favor de sus trabajadores.
  - Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior.
  - La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno.
  - La exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo.
  - La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva.
  - La reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.

- **Sectoriales y para el desarrollo regional equitativo:** Para los sectores que contribuyan al cambio a la matriz energética, a la sustitución estratégica de importaciones, al fomento de las exportaciones, así como para el desarrollo rural de todo el país, y las zonas urbanas se reconoce la exoneración total del impuesto a la renta por cinco años a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores, la exoneración prevista para industrias básicas y la deducción del 100% adicional del costo o gasto de depreciación anual, de conformidad con la ley.
- **Para zonas deprimidas:** Se otorga un beneficio fiscal mediante la deducción adicional del 100% del costo de contratación de nuevos trabajadores, por cinco años.
- **Para proyectos públicos ejecutados en asociación público-privada:** Las inversiones que se realicen en el contexto de la ejecución de proyectos públicos en la modalidad de asociación público-privada podrán obtener las exenciones al impuesto a la renta, al impuesto a la salida de divisas, a los tributos al comercio exterior y más beneficios previstos en la Ley de Régimen Tributario Interno para este tipo de proyectos públicos de conformidad con los requisitos previstos en los capítulos II y III de la Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera.
- **Para la aprobación de un proyecto de constitución de un Polo de Desarrollo:** un Gobierno Autónomo Descentralizado para incentivar la inversión en un Polo de Desarrollo, puede conceder incentivos tributarios y no tributarios, los cuales podrán ser emitidos mediante resolución, acuerdo u ordenanza en concordancia con sus atribuciones y competencias establecidas en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.
- **Para las nuevas inversiones productivas realizadas por micros, pequeñas y medianas empresas en el sector turístico. -** Los emprendimientos turísticos de micro, pequeñas y medianas empresas, de turismo comunitario y/o asociativo, tendrán una exoneración de impuesto a la renta por 20 años.

La Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo 9.1 establece la exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años para las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción y para las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas; pero, estas inversiones nuevas y productivas deben realizarse fuera de las jurisdicciones urbanas del Cantón Quito o del Cantón Guayaquil, y dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado:

a. Sector agrícola; producción de alimentos frescos, congelados e industrializados.

b. Cadena forestal y agroforestal y sus productos elaborados.

c. Metalmecánica.

d. Petroquímica y oleoquímica.

e. Farmacéutica.

f. Turismo, cinematografía y audiovisuales; y, eventos internacionales.

g. Energías renovables incluida la bioenergía o energía a partir de biomasa.

h. Servicios Logísticos de comercio exterior.

i. Biotecnología y Software aplicados.

j. Exportación de servicios.

k. Desarrollo y servicios de software, producción y desarrollo de hardware tecnológico, infraestructura digital, seguridad informática, productos y contenido digital, y servicios en línea.

l. Empresas de servicios de eficiencia energética.

m. Industrias de materiales y tecnologías de construcción sustentables.

n. El sector industrial, agroindustrial y agroasociativo.

ñ. Los sectores de sustitución estratégica de importaciones y fomento de exportaciones, que mediante Decreto Ejecutivo determine el Presidente de la República, con base en las recomendaciones que para el efecto emita el Consejo Sectorial de la Producción.

El artículo 37 de la Ley de Régimen Tributario Interno dispone una carga tributaria adicional del 25% a la base imponible del impuesto a la renta a los ingresos obtenidos por sociedades constituidas en el Ecuador o sucursales de sociedades extranjeras, siendo esta tarifa aplicable a las Empresas Multinacionales Andinas como sociedades que operan en el Ecuador.

Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador en su artículo 155 contiene la carga tributaria a la salida de divisas, sobre el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior, con o sin intervención de las instituciones que integran el sistema financiero. El hecho generador de este impuesto lo constituye la transferencia o traslado de divisas al exterior en efectivo o a través del giro de cheques, transferencias, envíos, retiros o pagos de cualquier naturaleza con excepción de las compensaciones realizados con o sin la intermediación de instituciones del sistema financiero.

Entre las exenciones contempladas en el artículo 159 de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador aplicables al régimen jurídico de las Empresas Multinacionales Andinas tenemos las siguientes:

- Las transferencias, envíos o traslados efectuados al exterior, excepto mediante tarjetas de crédito o de débito, se encuentran exentas hasta por un monto equivalente a tres salarios básicos unificados del trabajador en general, conforme la periodicidad determinada en la normativa específica expedida para el efecto; en lo demás estarán gravadas.

- Los pagos realizados al exterior, por concepto de dividendos distribuidos por sociedades nacionales o extranjeras domiciliadas en el Ecuador, después del pago del impuesto a la renta, a favor de otras sociedades extranjeras o de personas naturales no residentes en el Ecuador, siempre y cuando, la sociedad o la persona natural -según corresponda- no esté domiciliada

en paraísos fiscales o jurisdicciones de menor imposición. No se aplicará esta exoneración cuando los dividendos se distribuyan a favor de sociedades extranjeras de las cuales, a su vez, sean accionistas las personas naturales o sociedades residentes o domiciliadas en el Ecuador, que son accionistas de la sociedad domiciliada en Ecuador que los distribuye.

B.2. Empresas Multinacionales Andinas existentes en el Ecuador.

De acuerdo a los datos del Portal de Información de la Superintendencia de Compañías actualmente solo existe una Empresa Multinacional Andina denominada COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL ABRACOL S.A. EMPRESA MULTINACIONAL, constituida en Colombia el 29 de enero del 2003, con el objeto social de exportar los productos o materias primas adquiridos en Colombia o en la Comunidad Andina, y, la fabricación y comercialización de los mismos tanto en Colombia como en cualquier país de la Comunidad Andina.

Según los datos de la misma fuente, entre los años 2003 al 2010 seis Empresas Multinacionales Andinas se disolvieron y cancelaron su inscripción el Registro Mercantil para seguir operando en el Ecuador como tal:

1. ECOBEEPERS EMPRESA MULTINACIONAL ANDINA S.A.
2. EMPRESA MULTINACIONAL ANDINA ECUAGROSA EMA S.A.
3. INDUSTRIA LICORERA Y EMBOTELLADORA DEL NORTE S.A. ILENSA EMPRESA MULTINACIONAL ANDINA
4. INKAFRUT S.A. EMPRESA MULTINACIONAL ANDINA
5. PRODUCTORA DE SULFATOS PRODESUL S.A. EMPRESA MULTINACIONAL ANDINA
6. SPARTAN DE COLOMBIA PRODUCTOS QUIMICOS (SQUIMSA) S.A. EMPRESA MULTINACIONAL ANDINA.

En el periodo comprendido entre el año 2002 al 2018 de acuerdo a la información estadística del Banco Central del Ecuador (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR) se incrementó inversión extranjera directa en capital de sociedades anónimas y de responsabilidad limitada, de 179,46 a 469,90 millones de dólares, sin que dentro de dichas modalidades societarias se contemplen a las Empresas Multinacionales Andinas.

CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que he llegado sobre las Empresas Multinacionales Andinas son:

1) La naturaleza intrínseca de la EMA es constituirse en un mecanismo de integración económica y social, mediante el cual se produzca una repartición de la riqueza Subregional, sobre todo a las naciones menos desarrolladas económicamente en la Comunidad como Ecuador y Bolivia, y, de esfuerzo solidario, basados en un pasado ancestral común y en un espíritu Sudamericano.
2) La Decisión No. 292 de la Comunidad Andina de Naciones estableció también al Ecuador como país Miembro en el que se constituyan Empresas Multinacionales Andinas que "no gravará con los impuestos a la renta y a las remesas la parte de los dividendos distribuidos por la empresa multinacional andina, que correspondan a las utilidades obtenidas por sus sucursales instaladas en los demás Países Miembros"; por su parte, el legislador ecuatoriano a elevó al rango de exención tributaria (artículo 49 de la Ley de Régimen Tributario Interno y artículo 136 del Reglamento para su aplicación) las utilidades percibidas por las sucursales de las sociedades extranjeras que tienen domicilio principal el país que han sido sometidas a un régimen de imposición tributaria en otro Estado. Lo que lleva a concluir, que nuestro sistema jurídico ha considerado como exigencia para el goce de la citada exención tributaria para las Empresas Multinacionales Andinas, la imposición del régimen tributario de otro Estado a las utilidades percibidas fuera del Ecuador.
3) De acuerdo a la Decisión No. 292 de la Comunidad Andina de Naciones los inversionistas extranjeros y subregionales en una EMA tienen el derecho a transferir al domicilio principal, en divisas libremente convertibles, la totalidad de sus utilidades netas comprobadas, que provengan de su inversión directa, previo pago de los impuestos correspondientes, por lo que el legislador ecuatoriano a creído conveniente brindar exoneraciones tributarias en el Código Orgánico de la Producción; pero, las Empresas Multinacionales Andinas no están exentas del pago del impuesto a la Salida de Divisas, contenido en la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador, al momento de transferir las divisas al exterior. Por lo que podemos concluir, en base a la información del Banco Central del Ecuador, que la inversión directa se realizó bajo otras figuras societarias distintas a las Empresas Multinacionales Andinas.
4) El Ecuador como país miembro de la Comunidad Andina de Naciones estaba comprometido por mandato de la Decisión 292, en su artículo 26 a "estimular la constitución de empresas multinacionales andinas con el objeto de facilitar el proceso de desarrollo industrial conjunto en la Subregión en las distintas modalidades de integración industrial previstas en el Acuerdo de Cartagena" y también a promover y facilitar "la constitución de empresas multinacionales andinas en el campo de los servicios y otros sectores productivos"; pero, en la práctica se puede evidenciar que las Empresas Multinacionales Andinas han ido desapareciendo en el país, hasta el extremo de existir solamente una en la actualidad, lo que generaría una interrogante acerca del cumplimiento del compromiso jurídico adquirido por el Estado ecuatoriano.

BIBLIOGRAFÍA

BALESTRA, R. (1970). *Estudios Sobre Integración Económica, Social y Jurídica.* Buenos Aires: Abeledo Perrot.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (s.f.). Recuperado el 16 de septiembre de 2019, de https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/298-inversi%C3%B3n-extranjera-directa

CARRILLO, S. (1990). Soberanía del Estado y Derecho Internacional. Madrid.

DÍAZ, R. (1998). Razon e Historia en el Derecho de la Integración: Los Casos de la Unión Europea y el Mercosur. En M. Á. Ciuro Caldani, *Anuario de Derecho Constitucional Latinoamericano* (pág. 277). Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung, Programa Estado de Derecho para Sudamérica.

FERNÁNDEZ, W. (2006). "El Nuevo Tribunal Arbitral del Mercosur". En *Anuario de Derecho Constitucional Latinoamericano* (pág. 609). Konrad Adenauer Stiftung, Programa Estado de Derecho para Sudamérica.

GALLEGOS, J. (2018). La compleja búsqueda de figuras societarias de alcance regional en los esquemas de integración, una mirada de Europa y América Latina, con especial referencia a la Sociedad Anónima Europea y la Alianza del Pacífico. *La Ley Unión Europea* , 1- 45.

GARRÓN, R. (2006). Jerarquía del Derecho Comunitario (Análisis del Caso Boliviano). En A. d. Latinoamericano, *Programa Estado de Derecho para Sudamérica* (Vol. II, pág. 708). Konrad Adenauer Stiftung.

HERDOÍZA, R. (Abril de 1988). Encuentro Regional Andino sobre Políticas de Juventud del Ministerio de Bienestar Social del Ecuador. *Memoria de 1988* , 177. Quito.

IGLESIAS Buhiges, J. (1990). La Noción de supranacionalidad en las Comunidades Europeas. 113.

INTAL_BID. (1973). *La dimensión jurídica de la integración (América Latina).* Bienos Aires.

LECOMPTE, A. (1980). Esquema de Derecho Internacional Privado. En L. Barriga, *"El Grupo Andino y Las Transnacionales"* (pág. 162). Universidad La Gran Colombia.

LECOMPTE, A. (1980). Esquema de Derecho Internacional Privado. En L. Barriga, *"El Grupo Andino y Las Transnacionales"* (pág. 164). Universidad La Gran Colombia.

MONCAYO, E. (2000). La Comunidaqd Andina Frente a la Globalización: Elementos para una respuesta concertada. *Revista Desafíos - Universidad del Rosario* , 6 - 26.

MONCHON, F., APARICIO, R., & FERNANDEZ, G. (2004). *Diccionario de términos de seguros , reaseguros y financieros.* Madrid: Mc Graw Hill Interamericana.

PICO, G. (2004). *Código de la Comunidad Andina.* Quito: Artes Gráficas Señal.

PICO, G. (1989). *Derecho Andino, Sistematización y Comentarios.* Quito.

TERÁN, M. (1978). *Derecho de la Integración.* Quito: Universidad Central, Editorial Universitaria.

URIBE, F. (1990). *“El Derecho de la Integración en el Grupo Andino”.* Quito: Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena.

007. VIOLENCIA CONTRA LA MUJER O MIEMBROS DEL NÚCLEO FAMILIAR EN EL ECUADOR, ANALIZADO DESDE LA FIGURA DEL HOMBRE COMO VÍCTIMA EN LOS PROCESOS DE VIOLENCIA

Autores:

Abg. Gabriela Estefanía Núñez Alvarado.
Universidad Ecotec-Ecuador.
gabynuneza3@gmail.com

Abg. Andrea Gabriela Zuleta Sánchez. Mgtr
Universidad Ecotec-Ecuador.
azuleta@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En este proyecto de investigación se trató como sujeto de análisis al hombre como víctima dentro de los procesos de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar, dando atención a la problemática observada en procesos judiciales por infracciones de violencia, evidentemente existe mucho sesgo cuando se presenta como víctima un hombre, siendo el machismo la principal causa de esta discriminación, puesto que resulto poco creíble admitir que un hombre por los rasgos y características que la misma sociedad ha asignado, fuera víctimas de violencia, en tal sentido el objeto general de este trabajo fue introducir criterios jurídicos que permitan al profesional del derecho analizar estas infracciones desde el principio de igualdad; para esto se emplearon los métodos de investigación exploratorio, descriptivo y teórico jurídico que fueron los que más se ajustaron a esta investigación además se tuvo de soporte los métodos cuantitativos y cualitativos mediante los cuales se realizaron encuestas y una entrevista a una Jueza especializada en la materia, en las cuales se pudo evidenciar que existe un desconocimiento del tema de la violencia de género, y en base a las encuestas y entrevista realizada, se plantearon como propuestas realizar campañas informativas acerca del hombre como víctima de violencia intrafamiliar y la ampliación de la protección hacia el hombre por medio de una modificación del artículo 155 del COIP; y se pudo concluir que en escasos procesos judiciales en los que el hombre fue la víctima se les otorgaron todas las medidas correspondientes y apoyo.

Palabras claves: violencia de género, núcleo familiar, hombres, mujeres y procesos judiciales.

ABSTRACT

In this research project was treated as the man as a subject of analize like a victim in the processes of violence against women or members of the family, giving attention to the problems observed in judicial proceedings for violations of violence, obviously there is much bias when presented as victim a man, being machismo the main cause of this discrimination, since it was

not credible to admit that a man by the features and characteristics that the same society has assigned, were victims of violence, in this sense the general object of this work was introduce legal criteria that allow the legal professional to analyze these infringements from the principle of equality; For this purpose, the methods of exploratory, descriptive and legal theoretical research were used, which were the ones that most adapted to this research. In addition, the quantitative and qualitative methods through which surveys were conducted and an interview with a Judge specialized in the subject were supported. , in which it was possible to demonstrate that there is a lack of knowledge of the subject of gender violence, and based on the surveys and interviews conducted, proposals were made to carry out information campaigns about the man as a victim of intrafamily violence and the extension of protection towards man through a modification of article 155 of the COIP; and it was possible to conclude that in few judicial processes in which the man was the victim were all the corresponding measures and support granted.

Keywords: gender violence, family nucleus, men, women and judicial processes.

INTRODUCCIÓN

El estigma social referente al esquema del hombre en la sociedad como “el amo y señor de la sociedad y considerando que américa latina existe una cultura patriarcal que no solo limita a la mujer asignándole un lugar infra en la sociedad, sino que también genera expectativas irrealistas sobre el hombre lo que en general producto de concepciones machista, imposibilita o al menos reduce el acceso a la justicia de los hombres que son víctimas de algún tipo de violencia dentro del núcleo familiar.

A pesar de ello, se han registrado casos en las unidades judiciales en virtud de las denuncias presentadas por hombres producto del maltrato que se ha suscitado en el hogar lo que a pesar de resultar poco habitual, pero es una realidad que no es actual, sino que se ha venido presentando con anterioridad, no obstante por la vergüenza, temor a la burla, incredulidad y estigma social que genera en la victima producto de la concepción tradicional de la figura de poder, genera una reducción radical respecto a la cantidad de casos que se denuncian, siendo apenas lo reportado un porcentaje mínimo de los casos que se dan realmente en la sociedad.
El enfoque del maltrato o violencia intrafamiliar no solo se centra en el abuso ejercido del hombre hacia la mujer, sino también de la violencia que se genera producto de una relación familiar como tal, en especial considerando que es en el círculo en el que debe existir respeto y protección precisamente donde se genera la vulneración de derechos.

Por lo que rara vez se presentan estas denuncias, que producto de lo antes expresado no son tan evidentes, invisibilizándose una realidad latente, porque cuando se presentan casos de violencia en contra del hombre, la mayoría de los casos no se registran por el miedo de los comentarios en los que se revictimiza a los mismos, además de la reacción en algunos casos de burla de algunos operadores de justicia. que no solo no ayudan, sino que incrementan la falta de denuncia, al reducir este tipo de delitos únicamente a la mujer olvidando a los demás miembros de la familia, desconociendo que también tienen derechos. Sin embargo, profieren ciertos comentarios que perpetúan las ideas machistas tradicionales, y que obliga en muchos casos a los hombres víctimas de violencia aparentar y ocultar la violencia de la que son víctimas para que su figura de “varón” no se vea afectada.

En los procesos judiciales por infracciones de violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar existe, evidentemente mucho sesgo cuando se presenta como víctima un hombre, siendo el machismo la principal causa de esta discriminación, puesto que a algunas personas les resulta inverosímil admitir que un hombre por los rasgos y características que la misma sociedad ha asignado como la presunta superioridad física, sean víctimas de violencia, pero la violencia no se limita únicamente a lo físico, como veremos en el presente proyecto, puede ser de otras índoles como la psicológica.

Para resolver esta problemática, es indispensable el estudio del principio de igualdad y en especial a lo que respecta a la igualdad material. Durante los últimos años y producto de la lucha significativa realizada por colectivos de mujeres con miras a visibilizar los patrones de violencia

de las que son víctimas las mujeres, se ha avanzado de manera significativa en derechos y garantías a las mujeres, se trata a la violencia intrafamiliar y, o doméstica, producto de las estadísticas como si fueran temas en los que únicamente son víctimas las mujeres.

Objetivo general

- Trazar criterios jurídicos que permitan al profesional del derecho analizar las infracciones de violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar desde el principio de igualdad.

Objetivos específicos

- Identificar los principales sesgos que sufren los hombres que son víctimas en las infracciones de violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar.
- Verificar la vulneración a la tutela judicial efectiva a los hombres que son víctimas en las infracciones de violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar.
- Establecer criterios jurídicos que rompan con los sesgos vulneran los derechos de los hombres que son víctimas en las infracciones de violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar.

Marco Metodológico

Enfoque de la Investigación

El enfoque del presente proyecto de investigación se caracteriza por el análisis y estudio del hombre como víctima en los procesos de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar, en tal sentido se implementaron los métodos, descriptivo y teórico jurídico, además de contar con los tipos de investigación y cualitativa, con la finalidad de construir un apropiado entendimiento del presente proyecto de investigación.

Método Cualitativo

El método cualitativo tiene como principal característica la comprensión de fenómenos y emociones y el entendimiento de ciertas situaciones, además de un estudio interpretativo de los fenómenos que enmarcan el proyecto de investigación.

Método Descriptivo

El método descriptivo se encarga de la descripción de la información y particularidades de un sector específico de la población, además su finalidad es tener como base una información específica y exacta, muy rara vez se emplean factores experimentales en este método.

Justificación

Desde la vigencia del COIP en el año 2014 se instauró el tipo penal de violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar, lo que evidentemente incluye a los hombres al ser parte del núcleo familiar sin que hasta la actualidad existan trabajos doctrinarios en los que el hombre sea víctima, ya que la mayoría de los trabajos se enfocan únicamente en la Mujer como víctima, que permitan brindar orientación a los profesionales del derecho sobre las particularidades de estas infracciones.

La fundamentación de este trabajo radica en que sí bien la violencia contra la mujer es una pandemia, no se debe permitir que la figura de violencia contra los miembros del núcleo familiar excluya al hombre y que esto a su vez genere que se omita o no se brinde la protección adecuada en nuestro sistema legal, puesto que estos casos existen y cada vez son más conocidos. El aporte de esta investigación es el de establecer los criterios para aplicar del principio de igualdad en los casos de violencia que sufren los hombres en sus calidades de víctimas.

El aspecto novedoso del presente trabajo son los criterios que se van a aportar a la sociedad jurídica para el tratamiento de los casos en que los hombres son víctimas en las infracciones de violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar, porque con el avance de la sociedad, no solo se presenta por medio de los avances tecnológicos sino por la evolución del raciocinio de las personas y el desarrollo de la mujer en la sociedad, en tal sentido es importante que nuestra sociedad y más que todo nuestro marco legal contemple normas específicas acerca de la violencia contra los hombres en el núcleo familiar.

De esta manera, se busca como objetivo principal de esta investigación introducir criterios jurídicos que permitan al profesional del derecho analizar las infracciones de violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar desde el principio de igualdad donde se de apertura en este tipo de infracción al hombre como víctima y no solo a la mujer.

1.1 Definición de Género

Para Seyla Benhabib género ¨es una categoría racional que busca explicar una construcción de un tipo de diferencia entre los seres humanos¨. (Benahabib, 1992)

Según Lagarde, ¨el género es una construcción simbólica y contiene el conjunto de atributos asignados a las personas a partir del sexo. Se trata de características biológicas, físicas, económicas, sociales, psicológicas, eróticas, jurídicas, políticas y culturales. ¨ (Lagarde, 1996)

Es importante diferenciar entre los conceptos de sexo y género y su diferencia ya que el termino “Sexo” hace referencia a las de características físicas, biológicas, anatómicas y fisiológicas de los seres humanos, que los definen como hombre o mujer. Viene determinado por la naturaleza, es una construcción natural, con la que se nace. Mientras que el “Género” son construcciones socioculturales que varían a través de la historia y se refieren a los rasgos psicológicos y culturales que la sociedad atribuye a lo que considera "masculino" o "femenino" mediante la educación, el uso del lenguaje, la familia, las instituciones o la religión.

Por lo tanto, el sexo alude a las diferencias entre hombre y mujer, es una categoría física y biológica. Mientras que género (tradicionalmente, masculino o femenino) es una categoría construida social y culturalmente, se aprende y, por lo tanto, puede evolucionar o cambiar.
No obstante, y para un análisis más acertado es necesario revisar las teorías de perspectiva de género, y de esta forma lograr comprender que Género es una construcción social; puesto que engloba no sólo a masculino y femenino, sino también a las personas que por su libre albedrío

no desean pertenecer a este género, y de esta manera garantiza las libertades en su máxima expresión de los seres humanos. Con lo que siempre se debe recordar la premisa que la igualdad se construye a través de las diferencias; ahí la importancia de comprender al Género desde su perspectiva y no limitarlo a su definición formal.
En su significado más reciente, "género" parece que apareció por primera vez entre las feministas americanas que necesitaban insistir, en la cualidad social fundamental de las distinciones basadas en el sexo. La palabra representaba el rechazo del determinismo biológico manifestado en el uso de términos como "sexo" o "diferencia sexual".

En tal sentido, Natalie Davis indicaba:

> Me parece que deberíamos interesarnos tanto en la historia de las mujeres como de los hombres, que no deberíamos trabajar solamente sobre el sexo oprimido, del mismo modo que un historiador de las clases sociales no puede centrarse por entero en los campesinos. Nuestro propósito es comprender el significado de los sexos, de los grupos de género, en el pasado histórico. Nuestro propósito es descubrir el alcance de los roles sexuales y del simbolismo sexual en las diferentes sociedades y periodos, para encontrar qué significado tuvieron y cómo funcionaron para mantener el orden social o para promover su cambio. (Davis, 1976, pág. 49)

El principio de igualdad se encuentra garantizado en la Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 11 literal 2:

> Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género (…) El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad. (Constituyente, 2008)

De cuya lectura se colige que todos somos iguales ante la ley y tenemos los mismos derechos.
En nuestro país encontramos la definición de género en la Ley Orgánica Integral para la Prevención y Erradicación de la Violencia de Género contra las mujeres, en su artículo 6, numeral a:

> Es una construcción social y cultural binaria, patriarcal y heteronormada que se basa en la diferencia biológica de los sexos y ha determinado lo que es masculino y femenino dentro de una sociedad, cultura y tiempo específicos. Como categoría de análisis, permite reconocer cuáles son las diferencias que la sociedad ha establecido para hombres y mujeres y el valor que se les ha otorgado; permite el reconocimiento de las causas y consecuencias de esta valoración diferenciada y desigual que produce y sustenta la relación de subordinación de las mujeres frente a los hombres. (Asamblea Nacional, 2018, pág. 2)

Es importante señalar que la propia Corte Constitucional preocupada por estas nuevas teorías que parten del principio de igualdad, para establecer un óptimo goce de los derechos de las personas ha determinado reglas para evitar la discriminación por cuestiones de género, especificando particularidades propias para los casos de mujeres, a las que se protege por las

ideas enraizadas en nuestra sociedad sobre el machismo; sin embargo para nuestro análisis es fundamental comprender el desarrollo del principio de igualdad que deben aplicar jueces y juezas; y reconocer cuáles son los criterios básico para evitar un trato discriminatorio.
Entre estas tal como se colige en la Sentencia (734-13EP, 2016)

> Cuando la Constitución de la República, en su artículo 11 numeral 2 consagra el principio de igualdad real y no discriminación, su interpretación se decanta en algunas preguntas que tiene como finalidad dar contenido a estas cláusulas o principios constitucionales y es que: ¿Cuál es la pauta interpretativa que deben utilizar los jueces y tribunales cuando una de las partes invoca que mediante un acto o una disposición determinada se viola el principio de igualdad?, ¿cuáles son los criterios para considerar que un trato es discriminatorio?, ¿cuándo un trato diferenciado no constituye un trato discriminatorio?, ¿Qué se entiende por categorías sospechosas?
> Nuestra norma constitucional al parecer es específica y taxativa al establecer criterios por los cuales nadie podrá ser discriminado; la misma disposición constitucional (artículo 11 numeral 2 de la Constitución de la República), es amplia al determinar que nadie podrá ser discriminado por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el conocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La inclusión de estos criterios o categorías contenidos en el artículo referido es lo que en doctrina han denominado las categorías o criterios sospechosos. (pág. 19)

Y Agrega:

> Resulta claro para esta Corte, en primer lugar, que todas aquellas ¨distinciones¨ que se fundan en los criterios expuestos en la norma constitucional del artículo 11 numeral 2 de la Constitución de la República, prima facie son inconstitucionales a menos que se demuestre para quienes establecen un trato diferente que el mismo es razonable y proporcional, y en segundo lugar, solo una justificación razonable exime a quienes hayan establecido distinciones, de la responsabilidad que pueda imputárseles un tratamiento discriminatorio.
> Por otro lado, la norma constitucional del artículo 11 numeral 2 prohíbe tanto una discriminación directa, así como una discriminación indirecta, las mimas que tienen por objeto menoscabar o anular el conocimiento, goce o ejercicio de los derechos, directa -valga la redundancia-, y explícita; en tanto que la discriminación indirecta que tiene por resultado, es una discriminación que a primera vista aparece como neutral o invisible, pero que es irrazonable, injusta y desproporcional. (Corte Constitucional del Ecuador, 2016, pág. 22)

De esta sentencia, se obtiene el criterio relevante de que todo lo diverso, es lo que se debe razonar para no cometer actos de discriminación, con este fallo es obligación del juzgador eliminar sesgos, desmembrar la etiqueta que únicamente la mujer puede ser víctima de violencia.
La Constitución ordena nuestra convivencia social, regulando la igualdad para todas las personas sin distinción del sexo; en el caso que estudiamos es imperante este criterio del máximo

organismo de Control Constitucional en el que se concluye que toda distinción que infunda en decisión vulnerando el derecho de las personas por razones de su diversidad es injusta, irrazonable y desproporcional en lo que manda la ley.

El artículo 66 numeral 4 habla acerca de la igualdad formal y material; la igualdad material prohíbe la discriminación por etnia, raza, género, y garantiza el cumplimiento de los derechos humanos, mientras tanto la igualdad material, en tanto la igualdad formal indica que todos somos iguales ante la ley.
La perspectiva y la teoría del género vinculadas al derecho permiten cuestionarle y confieren los elementos teóricos que traen a la luz que hasta la ley también se basa en la discriminación y la violencia contra la mujer a causa de su razón de ser; podemos citar por ejemplo a las culturas de Oriente Medio que permiten el castigo con ácido a la mujer impura que rechaza el matrimonio. La introducción de la perspectiva de género en la ley permite conocer la negación histórica de la mujer como sujeto de derechos, siendo esto lo que ha naturalizado la violencia, además esta perspectiva da paso a visualizar claramente dentro del sistema jurídico la existencia del sexismo la cual ha legitimado la violencia contra la mujer, y actualmente debido a la reivindicación de derechos, es necesario un freno. esto exige un freno.

Desde hace unas décadas, la mayoría de países han optado por incluir en sus legislaciones penales ciertas figuras delictivas que circunscriben el sujeto pasivo en función del sexo de la víctima. Se trata de nuevos delitos o agravantes de pena destinados a tutelar de forma específica a las mujeres frente a comportamientos que suponen discriminación por razón de género.
La primera gran ventaja que se asocia a las figuras de género es ¨el fuerte poder comunicativo que tiene en la actualidad el Derecho Penal, con potencia suficiente para configurar y consolidar valores sociales. Un potencial que se ha manifestado con mucha intensidad precisamente en el ámbito de la violencia de género. ¨ (Laurenzo Copello, 2017, pág. 81), en el plano de violencia de género, generalmente, sobre todo entre los políticos, acudir al número de denuncias y condenas para valorar el éxito de la intervención punitiva, entonces se presupone que mientras más denuncias y más condenas, el Derecho Penal parece cumplir su función de forma adecuada. Pero las consecuencias del Derecho Penal simbólico no siempre son manejables, sobre todo si la finalidad es encontrar valores y pautas que cambien la cultura de la sociedad, es por esto, que ¨uno de los problemas principales se encuentra en la propia lógica argumentativa del derecho penal, casi imposible de compatibilizar con grandes reivindicaciones revolucionarias¨ (Laurenzo Copello, 2017, pág. 86)

1.2 Definición de Violencia Familiar

La primera definición de violencia familiar del presente proyecto de investigación es:

> Se refiere a las agresiones físicas, psicológicas, sexuales o de otras índoles llevadas a cabo reiteradamente por parte de un familiar y que causan daño físico y psicológico y vulnera la libertad de la otra persona; y una de sus características es su cronicidad. (Castillo, 2015, pág. 20)

Otra definición que recoge la doctrina es la siguiente:

> En la violencia intrafamiliar se incluyen distintas formas de violencia, tales como agresiones físicas, psíquicas, sexuales o de cualquier otra índole, llevadas a cabo

> reiteradamente por parte de un miembro de la familia (en sentido extenso), y que causen daño físico y/o psicológico y vulneran la libertad de otra persona. Basta señalar en este momento que cualquier manifestación agresiva entre miembros de la familia se debería incluir en el concepto de violencia intrafamiliar, bastando en ocasiones, una sola acción u omisión suficientemente grave, sin requerirse la reiteración o habitualidad. (Agustina, 2010, pág. 81)

De esta definición se desprenden varios aspectos importantes como por ejemplo que la violencia siempre es intencional, es decir el dolo está implícito en los actos de violencia. Que para hablar de violencia de debe ocasionar un daño por acción u omisión. Que toda manifestación de violencia debe transgredir un derecho tales como el derecho a la libertad, a la vida, integridad física entre otros. Y que se ha logrado observar que el objetivo de la violencia es someter y controlar a la víctima.

1.3 Violencia Contra la Mujer, Violencia Doméstica, Violencia Intrafamiliar, Violencia de Género.

En el ecuador la legislación recoge a la violencia de diversas maneras, con la Constitución del 2008 se crean los grupos de atención prioritaria es así que el artículo 35 habla de violencia doméstica, y al mencionar el tratamiento especial de juzgamiento de este tipo de delitos en el Art. 81 la constitución se presenta el término de violencia intrafamiliar; es por fin que con el COIP se la ha denominado Violencia contra la mujer o los miembros del núcleo familiar; de esto considero que la más acertada es la del COIP, pues el término doméstico refiere a lo que se encuentra dentro del hogar, no siendo esto real pues la víctima puede sufrir violencia de personas con las que no convive; sobre la palabra intrafamiliar tampoco se la comparte ya que a pesar de que la familia en ciertos casos es un lugar peligroso para la mujer ese no es el único lugar donde se presenta; entonces es contra la mujer la aproximación a lo más real porque a la víctima la atacan personas fuera de la familia y con los que no se ha establecido cohabitación.

1.4 Miembros del Núcleo Familiar

En la legislación ecuatoriana los miembros que conforman el núcleo familiar se encuentran establecidos en la Ley Orgánica Integral de Prevención y Erradicación de la Violencia de género contra las mujeres en su artículo 11 literal a que versa que el núcleo familiar puede estar conformado por el cónyuge, la pareja de unión libre o de hecho, conviviente sentimental, parientes hasta ciertos grados, o cualquier persona que esté vinculada directamente con el núcleo familiar.

Además, el Código Orgánico Integral Penal, COIP estipulas también los miembros del núcleo familiar, en el artículo 155 inciso 2 estipula como integrantes del núcleo familiar a los cónyuges, parejas de unión de hecho, parejas de unión libre, familiares o cualquier persona vinculados sentimentales.

Ambas definiciones son genéricas entre sí, puesto que contemplan a los mismos miembros del núcleo familiar, no existe alguna diferencia significativa en el contenido de estos articulados.

1.5. Tipos de Violencia en el Ámbito Familiar

La doctrina reconoce varios tipos de violencia en el ámbito familiar, tales como: física, psicológica, sexual y económica; tipos que veremos en el presente proyecto de investigación.

1.5.1 Violencia Física

La característica principal de la violencia física es una lesión en el cuerpo, a su vez este tipo de lesiones tienen un campo amplio de clasificación puesto que van desde golpes o lesiones leves incluso poco visibles hasta agresiones físicas con secuelas permanentes o hasta la propia muerte, en tal sentido algunas de las agresiones físicas están compuestas por forcejeos, bofetadas, empujones, lanzamiento de objetos, utilización de objetos para agredir, utilización de armas cortopunzantes o de fuego.

Otra de las características de este maltrato físico es que, si no se detiene, por lo general va aumentando su grado de violencia con el pasar del tiempo, y esto puede desembocar en causas nefastas.

La violencia física se suele clasificar en:

> Según el tiempo que se requiere para su curación, en las siguientes categorías: Levísima (cacheteos, empujones, pellizcos); leve (fracturas, golpes con objetos, heridas de arma blanca); moderada (lesiones que dejen cicatriz permanente y que ocasionan discapacidad temporal); grave (pone en peligro la vida y deja lesión permanente) y extrema (que ocasionan la muerte). (Agustina, 2010, pág. 82)

Al respecto nuestra legislación estipula dos artículos muy importantes acerca de la violencia física, el primero es el artículo 156 del COIP en el cual se indica que las personas que llegaren a causar lesiones (sujetos activos) por consecuencias de actos de violencia hacia la mujer o integrantes del núcleo familiar, entonces se las sancionarán con las penas indicadas en el tipo penal de lesiones, pero se estipula una sanción adicional puesto que se aumenta la pena en un tercio, este artículo, en lo que respecta a las penas previstas, se aplica en concordancia con el artículo 152 del COIP:

La persona que cauce un daño de lesiones (sujeto activo) a otra (sujeto pasivo), se la sancionará con penas privativas de libertad de la siguiente manera:

Consecuencia del daño físico	
Si tiene un tiempo de recuperación :	**Pena**
De cuatro a ocho días	De 30 a 60 días
De 9 a 30 días	De 2 meses a 1 año.
De 30 a 90 días	De 1 a 3 años.
Supera los 90 días	De 3 a 5 años
Si el resultado de las lesiones produce demencia, algún tipo de incapacidad permanente, pérdida de algún sentido o del hable, incapacidad para el trabajo como por ejemplo quedar parapléjico o	De 5 a 7 años

en estado de coma, daño permanente de un órgano o la adquisición de una enfermedad que no se pueda curar.	
Si existe un agravante	Se sanciona con el máximo de la pena de acuerdo al tiempo de recuperación de la lesión, pero se aumenta un tercio en los casos de que las lesiones se produzcan en concentraciones masivas.
Cuando la lesión es causada por infringir el deber objetivo de cuidado.	Se atenúa la pena, y solo se sanciona con un cuarto de la pena mínima
Cuando la lesión sea derivadas de operaciones practicadas por profesionales debidamente certificados y que actúen en cumplimiento del principio de necesidad que tiene como finalidad cuidar la salud del paciente.	Eximente de responsabilidad penal

Cuadro 1: De elaboración del Autor, 2019

1.5.2 Violencia psicológica

La violencia psicológica según Echeburua y Paz de Corral,

> Se caracteriza por la presencia continuada de intimidación o de amenazas, por el recurso a humillaciones graves y reiteradas, que contribuyen a socavar la autoestima de la víctima, por la imposición del aislamiento social, por el sometimiento a restricciones económicas graves (cuando ella carece de recursos propios), por la desvalorización total como persona (calificándola, por ejemplo, de loca) o por un acoso continuado. (Echeburua, 2010, pág. 137)

La violencia psicológica comprende un sin número de conductas empleadas por el agresor, y la estrategia varía de acuerdo con quien se dirija, generalmente se presenta a travezde ridiculización, humillación, amenazas verbales e insultos; Aislamiento tanto social como económico; Celos y posesividad; Amenazas verbales de maltrato, daño o tortura, dirigidas tanto hacia el otro cónyuge como hacia los hijos, otros familiares o amigos; Amenazas repetidas de divorcio, de abandono o de tener una aventura; Destrucción o daño de las propiedades personales a las que se les tiene afecto.

Con respecto a la violencia psicológica, la Organización Mundial de la Salud, OMS, ha dado cuenta de la existencia de consecuencias nocivas a la salud mental de las personas como resultado de abuso doméstico, así se hace referencia a depresión, ansiedad, baja autoestima, disfunciones sexuales, desórdenes alimenticios, desorden obsesivo compulsivo, estrés postraumático e incluso el suicidio.

En nuestra legislación encontramos establecida la violencia psicológica en el artículo 157 primer inciso del COIP en donde nos indica claramente los daños en la salud mental que son amenazas, chantajes, o algún otro perjuicio vinculado con la salud mental que llegare a causar una persona a los integrantes del núcleo familiar.

1.5.3 Violencia Sexual

Al respecto del tema de la violencia sexual, en la doctrina se encuentran varios conceptos que explican íntegramente el tema, que trataremos a continuación:
El Movimiento Ramos indica que la violencia sexual:

> Son acciones que buscan someter, obligar o causar sufrimiento por medios de actos de contenido sexual usando la fuerza, intimidación, coerción, chantaje, soborno, manipulación, amenaza o cualquier otro mecanismo que anule o limite la voluntad personal (violación, tocamientos indebidos y el acoso). (Manuela Ramos, 2011, pág. 9)

La violencia sexual que aparece en el contexto de una violencia física psíquica se refiere a la utilización de la fuerza, de la intimidación o de cualquier manera de imposición para realizar una conducta sexual no consentida por la pareja. Se trata en estos casos de forzar una relación sexual, basada en los supuestos derechos de la pareja sobre la víctima, o, en otros casos, de imponerle conductas percibidas como degradantes por la víctima.

La violencia sexual dentro del núcleo familiar abarcar las siguientes prácticas: exigir o imponer una relación sexual; obligar a la víctima a prácticas que le resulten dolorosas o que no desee consentir y mucho menos practicar.
Además, el acoso sexual dentro del núcleo familiar como una forma de violencia sexual es entendida como ¨la manifestación de una serie de conductas compulsivas de solicitud de favores sexuales con distintas formas de proceder, dirigidas a un receptor contra su consentimiento¨ (Reátegui Sánchez, 2014, pág. 39)
Así mismo, el tratadista Marcelo Tenca indica que:

> El termino acoso traduce la idea de perseguir, sin dar tregua, ni respiro, a una persona, y trasladada al plano sexual conlleva la idea de hacerlo a fin de obtener un favor sexual. La citada conducta puede ser ejercitada en el entorno laboral en razón de la situación de inferioridad jurídica y económica en que se encuentren los dependientes. (Tenca, 2009, pág. 69)

En nuestro país en el artículo 158 del COIP, se estipula la definición de violencia sexual, es cuando se presione y se fuercen relaciones sexuales o actos genéricos cuestiones análogas, por parte de una persona (sujeto activo, agresor) a otra (sujeto pasivo, víctima), ambos integrantes del núcleo familiar, nuestra ley penal estipula las mismas sanciones de los tipos penales de integridad sexual y reproductiva.

1.5.4 Violencia Económica

La violencia económica es un término utilizado muy recientemente en la doctrina; esto conlleva al control abusivo en la disposición y el manejo de los bienes, pero sobre todo del dinero, este tipo de violencia es generalizado puesto que puede darse en todas las clases sociales, a pesar

de que varíen las formas; sin duda alguna la violencia económica es un subtipo de maltrato psicológico al tener a la víctima subordinada al agresor, limitando su campo de acción.
Al respecto de la violencia económica también comprende todas aquellas acciones u omisiones por parte del agresor que afectan la sobrevivencia de la mujer, el hombre y sus hijos, o despojo o destrucción de sus bienes personales o de la sociedad conyugal, además incluye la negativa de saldar las cuotas alimenticias de sus hijos o costos básicos necesarios para la subsistencia de la familia.
Es necesario destacar, que esta clasificación de violencia aún no se encuentra estipulada en nuestras leyes penales, al momento solo forma parte de ciertos estudios doctrinarios.

1.6 Teorías sobre el ciclo de violencia en el seno familiar

En la actualidad existe una relativa naturalización a los comportamientos que incluyan violencia en el seno del núcleo familiar, ya que, por temor o vergüenza, muchas personas no denuncian estos hechos, esto se puede explicar por dos teorías según el tratadista Castillo:
La primera, se la conoce como la teoría del ciclo de la violencia, la cual explica que la comisión del acto violento se lo realiza en tres fases: La primera se produce en clima de tensión entre los miembros, luego la segunda fase hace referencia a episodios de violencia física o psicológica, y la última se denomina fase de arrepentimiento, en la cual se genera en la víctima cierta ternura hacia a agresor y una suerte de esperanza de que la situación cambiará.
La segunda teoría propone el concepto de indefensión aprendida, esto es ¨una condición psicológica en la que un sujeto aprende a creer que está indefenso, que no tiene ningún control sobre la situación en la que se encuentra y que cualquier cosa que haga para evitarla será inútil.¨ (Castillo, 2015, pág. 31) entonces la víctima permanece pasiva frente a una situación dañina, incluso cuando tiene la posibilidad de evitarlo.

Como complemento a estas dos teorías conviene señalar que escapar de una situación violenta en el seno familiar cuenta las siguientes dificultades según Ramón Agustina:

> i) se tratan de personas que están emocionalmente vinculadas al agresor; ii) las agresiones suelen producirse en una alternancia entre violencia y efecto (fase de arrepentimiento); iii) se producen una serie de emociones contradictorias y una gran confusión (conforme se produce la escalada de violencia, disminuye la autoestima de la víctima); iv) es más difícil de encajar la vergüenza que siente la víctima cuando está sufriendo el maltrato por alguien de su familia. Se sienten aún más desprotegidas, angustiadas y carentes de apoyo. (Agustina, 2010, pág. 82)

1.7 Víctimas en la Violencia Familiar

Antes no era suficiente consistente la idea de que la violencia en una pareja fuera practicada por las mujeres, como lo es ahora. La violencia en la pareja afecta principalmente a las mujeres, pero en la actualidad existe un incremento de casos de violencia contra los hombres que no denuncian o que si lo hacen, el segundo presumiblemente porque ellos derribaron la pared de la ideología patriarcal o su experiencia está situada en el área crónica , una situación que llama la atención de los investigadores para tratar de descubrir lo que está detrás de todo esto, sobre la base de varias cuestiones y suposiciones que finalmente se comprobó con la participación de hombres en el estudio que indican que el problema es explícito.

Tanto en la violencia intrafamiliar como en todos los tipos de violencia, siempre se harán constar de dos partes implicadas: el agresor (sujeto activo) es el que comete o provoca el acto violento y por otra parte la víctima (sujeto pasivo) es la persona que padece el daño, es el agente receptor de la violencia, centrándonos en que la víctima podría ser cualquier persona indistinto de su sexo o condición dentro del núcleo familiar.

Los estudios en relación con las mujeres se enfocan de forma unidireccional, tendiendo principalmente a describir el problema de la violencia intrafamiliar, excluyendo desde el punto de vista feminista, al hombre como víctima en potencia. Sin duda, estudiar la violencia en las parejas implica "sacar la camisa del feminismo y del machismo", tendiendo a evitar juicios de valor que puedan influenciar la investigación.

El abuso más común que los hombres sufren es psicológico y sutil, basado en la humillación y manipulación en los aspectos económicos, a través de fraude, chantaje, robo, pago de deudas, entre otros.

Víctimas de violencia psicológica pueden mostrar ansiedad y agitación permanente, depresión y control emocional, perjudicada autoestima, dificultades en establecer relaciones duraderas, disminución de la capacidad intelectual y su capacidad de trabajo e incapacidad para llevar la vida cambiante.

1.8 Violencia como forma de discriminación

El sistema internacional ha demarcado la fuerte problemática de la discriminación y violencia contra las mujeres, siguiendo lo estipulado por la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer o CEDAW por sus siglas en ingles sostiene que esto amerita una precisión puesto que las personas equivocan en ocasiones el hecho de la identidad sexual como agravante de las acciones ilícitas, como lo menciona la Corte, ¨no toda violación de un derecho humano cometida en perjuicio de una mujer conlleva necesariamente a las violación de las disposiciones del Convenio do Pará¨; para ello se requiere demostrar ¨en qué sentido las agresiones fueron especialmente dirigidas contra la mujeres¨, o por cuáles razones ¨las mujeres se convirtieron en un mayor blanco de ataque por su condición de mujer¨, o cómo los impactos ¨resultaron agravados por su condición de mujer¨, o ¨afectaron a la mujer de manera diferente o en mayor proporción¨[129], en tal sentido como se lo indico con anterioridad no todo acto ilícito contra la mujer, es una violencia de género, es necesario clarificar el tema puesto que la sociedad en general se tiende a confundir y se victimiza demasiado a las mujeres, en tanto los casos de hombres que sufren violencia de género, no se les da cabida en el país.

Todas estas formas de violencia son violaciones de los derechos humanos, es así como no es pertinente solo mencionar que son dentro de un ámbito intrafamiliar o doméstica; por lo que prefiero denominarlo como lo que; pues es una violencia contra la mujer, además así lo define el COIP y la Convención Belém do Pará. Quienes se limitan a abordar a bajo la concepción de es intrafamiliar o doméstica, invisibilizan a muchas mujeres quienes quedan en impunidad al sufrir

[129] Corte CIDH, Ríos y otros vs Venezuela, párrs.279-280; y, Perezoso y otros vs. Venezuela, párrs. 295-296.

violencia fuera de estos espacios como el noviazgo, la oficina, el medio de transporte, la calle, el consultorio médico, el centro de estudio, etc.

1.10 El hombre como víctima de violencia de género

La información existente de los casos que se han presentado respecto a la incidencia de violencia bajo los parámetros de que la misma sea ejercida en contra de los hombres en Ecuador, américa latina y el mundo en general producto de los factores que ya se han mencionado es escasa o nula.

Resulta necesario al tratarse de un tema poco explorado referirnos a los resultados de la encuesta nacional sobre violencia sexual y de pareja del 2010, hecha en EE.UU. en la que se reconoció que 1 de cada 7 hombres es decir el 13,8% de los hombres han sufrido violencia física grave por parte de una pareja íntima.

El estudio mundial sobre el homicidio de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito "(...) a nivel global, dos terceras partes de las víctimas de homicidio cometido por compañeros íntimos o familiares son mujeres (43.600 en 2012) y un tercio (20.000) son hombres. **Casi la mitad (47%) de todas las víctimas femeninas en 2012 fueron asesinadas por sus compañeros íntimos o familiares, en comparación con menos de 6% de las víctimas masculinas",** (UNODC, 2013)

No obstante las cifras de violencia respecto a la diferencia entre hombres y mujeres maltratados y asesinados por sus parejas es abismal, es innegable que la violencia perpetrada por esposas y compañeras es una realidad social , “Durante el 2017, la Fiscalía reportó 199 denuncias de agresiones físicas; mientras que la policía, 891. Los maltratos contra los hombres no solo son físicos, sino también psicológicos. Estos últimos tienen un porcentaje mayor. En 2017, 806 casos se reportaron a la Fiscalía versus 1.257 en el **Devif**. Durante este año, van 110 y 242 respectivamente en ambas dependencias.” (Verdezoto, 2018)

Las denuncias respecto a las agresiones perpetradas en contra de hombres, en el ámbito familiar, representan tan solo el 1% del total de denuncias de violencia intrafamiliar (Verdezoto, 2018).

Tan solo en 2018 se han reportado 503 denuncias de violencia en contra de hombre, 151 corresponden a violencia física y 352 a violencia psicológica. En 2017, en cambio se reportaron 891 casos de violencia física y 1257 casos de violencia psicológica (Verdezoto, 2018). En Ecuador, de acuerdo a las una estadísticas publicadas por el diario el Telégrafo, ¨en el año 2014 se informaron de 3.160 caso en donde el hombre era víctima de violencia, teniendo la más alta cifra en la zona 8 (Guayaquil, Durán y Samborondón) con 976 caso¨ (Telégrafo, 2014), esto evidencia claramente que en nuestro países existen casos de violencia hacia el hombre como integrante del núcleo familiar, y asimismo se puede detonar que muchos casos no son denunciados.

Y, aunque existan casos en los que sí se denuncian, la mayoría de estas denuncias terminan en archivo ya que las víctimas no una vez que reciben las medidas no realizan más actividades por vergüenza (Díaz-Engracia, 2013)

En el Código Integral Penal del Ecuador COIP, no realiza ninguna distinción, por lo que se entendería que la figura abarca a cualquier miembro del núcleo familiar, sin importar su sexo, no obstante la autora Alejandra Palacios Banchero reconoce y establece factores que inciden en la invisibilización cuando los eventos de violencia son cometidos en contra de los hombre y entre estos se mencionara que la existencia de estereotipos "rígidos del varón" es decir lo que la sociedad ha asignado como características del "macho" lo que además de la vergüenza o el temor a las burlas hacen que trate de mantener oculto el problema. Ya que reconocerse como víctima podría trastocar los roles establecidos, donde se supone que el varón es el proveedor y jefe de familia, para algunas personas sería inadmisible reconocer ante sí mismo y ante los demás la caída de su superioridad. Por lo que no denuncian el maltrato del que son víctimas por parte de sus esposas o hijos por el golpe emocional que genera reconocerse "inferior" Hay sentimientos comunes en el hombre maltratado: soledad, sufrimiento, vergüenza, pobre autoestima, culpa, inhibición, propensión a la humillación o temor a tomar una decisión. (Alejandra Palacios Banchero, Patricia Trujano, Aimé Edith Martínez, Samanta Inés Camacho., 2010)

Dentro de la investigación se ha logrado establece factores que inciden en la falta de denuncias entre estos la Ideología patriarcal y/o neo machismo, la Ignorancia legal es decir falta de conocimiento de que el derecho los asiste, desconocimiento de ante que Instituciones pueden acudir , poca presencia de estos casos en Medios de comunicación y vergüenza. (Fontena, Carol y Gatica, Andres , 2018)
Ante esto nos encontramos motivos por los cuales el hombre no realiza la respectiva denuncia y estos generalmente son Vergüenza, no se denuncia por vergüenza al que dirá de la sociedad; Falta de Credibilidad, esto se da porque muchas veces la familia no cree que pueda ser maltratado un hombre; Falta de recursos legales, puesto que la ley no es del todo clara y no brinda una completa seguridad jurídica como se revisará en el presente proyecto de investigación; Sometimiento psicológico, y justifican esos maltratos con sentimientos de culpa y merecimiento del maltrato impuesto por parte de la mujer.

Se ha logrado observar en los hombre víctimas de violencia ciertas características psicológicas como Autoestima baja, Haber vivido situaciones de maltrato en su familia en la época de niñez; El entendimiento que tienen por amor es de darse en sacrificio entero por la relación y más no cuidarse a sí mismos; No encuentra el motivo para terminar la relación, Distanciamiento con amigos íntimos e incluso de la familia, Presenta síntomas de ansiedad, estrés, dolores de cabeza o barriga, Tratar de idealizar a su pareja, Dependencia para no ser alejado de los hijos.
Los Tipos de Maltrato son los mismos que vemos en victimas mujeres y se enunciaran entre otros. Degradación, Cosificación, Intimidación, Sobrecarga de responsabilidades Privación, Distorsión de la realidad subjetiva, Estrategias defensivas, Violencia física entre otras
Con estas formas de agresiones y en los ámbitos en que se presentan se debe razonar que los hombres son sujetos de la denominada vida libre de violencia, que reza el art. 66 de la CRE, aunque esta garantía es extraída de un cuerpo normativo para mujeres; pero al tenerlo en el ecuador en la constitución esto abarca a mujeres y hombres; por lo que cualquier distinción de que estas situaciones sería caer en lo injusto y en lo irracional.

CONCLUSIONES

En el presente proyecto de investigación se pudo constatar que la fenomenología de la violencia intrafamiliar en la que el hombre es la víctima, y que no ha sido mayormente abordada socialmente solo en el año 2018 se receptaron 503 denuncias de violencia cometida en contra de hombre, de las cuales de violencia física fueron 151 y de violencia psicológica 352, cifra que aunque inferior a las 891 casos de violencia física y 1257 casos de violencia psicológica se observa una la falta de visibilizarían en la sociedad ecuatoriana, con relación a aceptar al hombre como víctima, lo que se genera por factores culturales, sociales y especialmente por la cultura patriarcal en la que nos desarrollamos, en la que resulta inverosímil que los hombres puedan ser vulnerados por mujeres, esto ha generado que aun que se presenten denuncias en las distintas unidades judiciales, por vergüenza, estigma social o simplemente para precautelar su "dignidad de hombre" se deje las denuncias en abandono, además de que no exista un interés social de establecer como prioridad estos casos que además de ser escasos los procesos judiciales en donde se le otorguen todas las medidas correspondientes y que en casos en los que la mujer sea la víctima se hubieren otorgado.

Se pudo evidenciar además que la doctrina no aborda al hombre como víctima de violencia es escasa, puesto que la doctrina se refiere a la mujer como víctima de violencia dentro del núcleo familiar y esto contribuye a que se brindan mayores protecciones,

Así como que existe un desconocimiento marcado en las instituciones públicas respecto al hombre como víctima de violencia física, psicológica, sexual y económica entro del núcleo familiar, puesto que según las entrevistas en algunas ocasiones no se brinda información de violencia o al momento de la recepción de denuncias y otorgamiento de medidas.

El Ecuador al momento de presentar denuncias y solicitar medidas en caso de haber sufrido algún tipo de violencia contra el hombre, ya que es necesario destacar que en estas normas se sobreentiende que atañen también al hombre, pero deberían ser más específicas, pues esto en ocasiones existen sesgos en juicios de mujeres víctimas y mucho más cuando son hombres, e incluso se deja en indefensión a estos últimos, únicamente por no aplicar el debido proceso los artículos 75 y 76 así como también los artículos 167, 168 y 169, que determinan los derechos de protección y los principios de administración de justicia, respetando todos estos artículos no hay indefensión.

RECOMENDACIONES

Se debería de proporcionar información a la ciudadanía en general, sobre violencia intrafamiliar, dejando claro que cualquier persona que forme parte de núcleo intrafamiliar puede ser víctima y que como tal merece igual atención, sin importar su sexo.

Para eliminar la idea de que solo a la mujer puede recibir la protección debida del estado a través de medidas como el alejamiento del agresor, su salida del domicilio prohibición de ejercer actos de persecución o la boleta de auxilio que se otorga solo cuando el hombre corre peligro; esta

información debe extenderse por medio de campañas televisivas, radiofónicas y charlas fomentadas por el Estado.

Es necesario realizar campañas en escuelas, colegios y universidades por parte del Ministerio de Justicia en conjunto con el Ministerio de Educación, para informar y fomentar desde esta directriz la prevención y la erradicación de la violencia intrafamiliar en el país.

El Consejo de la Judicatura y Fiscalía en sus televisores en sus salas de espera deberían de transmitir videos donde se garantice el acceso igualitario a denunciar cuando se vulneren esos derechos.

BIBLIOGRAFÍA

Agustina, J. R. (2010). Violencia Intrafamiliar: Raíces, factores y formas de la violencia en el hogar. Madrid: Editorial Edisofer.

Alejandra Palacios Banchero, Patricia Trujano, Aimé Edith Martínez, Samanta Inés Camacho. (2010). Varones víctimas de violencia doméstica: un estudio exploratorio acerca de su percepción y aceptación. (U. N. México, Ed.) Revista de la Universidad Nacional Autónoma de México, 62, 339-354. Obtenido de https://www.derechoecuador.com/violencia-domestica-contra-el-varon

Asamblea Nacional. (2018). Ley Orgánica Integral para la Prevención y Erradicación de la Violencia de Género contra las mujeres. Quito: Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones.

Benahabib, S. (1992). Una revisión del debate sobre las mujeres y la teoría moral. Barcelona: Instuto de Filosofía-Anthropos.

Caballero Brun, F. (2002). Sistemas penales comparados: Violencia en el ámbito doméstico y familiar. Revista Penal, N°10.

Castillo, J. (2015). Medidas Cautelares Personales en la Violencia Familiar. Lima: Ubi Lex Asesores S.A.C.

CIDH. (16 de Abril de 2001). www.cidh.oas.org. Obtenido de https://www.cidh.oas.org/annualrep/2000sp/CapituloIII/Fondo/Brasil12.051.htm

CIDH. (2009). Caso González y otras (Campo algodonero) vs México. San José: CIDH.

Código Orgánico Integral Penal. (2017). Código Orgánico Integral Penal. Quito: Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones.

Código Penal Federal. (21 de 6 de 2018). http://www.ordenjuridico.gob.mx. Obtenido de http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/pdf/wo83048.pdf

Constituyente, A. N. (2008). Constitución de la Replública del Ecuador. Montecristi: Ediciones y Publicaciones Ecuatorianas.

Corte Constitucional del Ecuador. (7 de 9 de 2016). Obtenido de Corte Consitucional del Ecudor Web site: https://www.corteconstitucional.gob.ec/sentencias/relatoria/relatoria/fichas/292-16-SEP-CC.pdf

Davis, N. Z. (1976). "Women's History" in Transition: The European Case. Stanford: Feminist Studies, Inc.

Echeburua, E. y. (2010). Violencia en las relaciones de pareja. Un análisis psicológico. Madrid: Editorial Edisofer.

Fontena, Carol y Gatica, Andres . (2018). La Violencia Doméstica hacia el Varón: factores que inciden en el hombre agredido para no denunciar a su pareja.

Knaut, S. (2002). Sistemas penales comprados: Vilencia en el ámbito doméstico y familiar. Revista Penal N° 10.

Kumar, A. (2012). Domestic violence against men in India: A perspective. Journal of Human Behavior in the Social Environment. Doi. 10.1080/10911359.2012.655988, 290-296.

Lagarde, M. (1996). Género y Feminismo. Madrid: Horas.

Laurenzo Copello, P. (2017). La Tutela Específica de las Mujeres en el Sistema Penal: Una Decisión Controvertida. Lima: Instituto Pacífico.

Manuela Ramos, M. (2011). El ABC de la Atención con Calidad a la Violencia contra la Mujer: Guía para proveedores de servicios públicos. Lima.

OEA, O. d. (1994). Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la mujer; Convención de Belém do Pará. Belém do Pará: OEA.

Ossorio, M. (1974). Diccionario de Ciencias Jurídicas y Políticas Sociales. Ciudad de Guatemala: Editorial Heliasta.

Reátegui Sánchez, J. (2014). Derecho Penal Parte Especial, volumen I. Lima: Ediciones Legales.

Telégrafo, E. (6 de December de 2014). El Telégrafo. Obtenido de El Telégrafo Web site: https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/judicial/1/ecuador-registra-3-160-casos-de-maltrato-a-hombres-en-10-meses

Tenca, A. M. (2009). Delito de Acoso Sexual. Buenos Aires: Ediciones La Roca.

UNODC, O. d. (2013). Estudio Muncidial sobre el Homicidio.

Verdezoto, A. (06 de marzo de 2018). Ellos sufren los golpes en silencio. Diario Extra. Recuperado el 11 de septiembre de 2019, de https://www.extra.ec/actualidad/hombres-maltratados-denuncias-guayaquil-silencio-FA2064546

Vidaurri Arechiga, M. (2002). Sistemas penales comparados: Violencia en el ámbito doméstico y familiar. Revista Penal N°10.

008. LA IDENTIDAD NACIONAL-POPULAR COMO CATEGORÍA EXPLICATIVA DE LOS PROCESOS DE REPRESENTACIÓN POLÍTICA A PARTIR DEL AUGE DE LOS GOBIERNOS POPULISTAS LATINOAMERICANOS DEL SIGLO XXI: UN ACERCAMIENTO AL CASO ECUATORIANO.

Autores:

Mgtr. Pablo Pardo Moreno.
Magíster en Comunicación Política e Institucional, especialista en Análisis y Teoría del Discurso. Ha sido Asesor de Comunicación Política, así como Docente a tiempo completo y Delegado de investigación de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad ECOTEC, sede Samborondón.
Correo: ppardomoreno@gmail.com – ppardo@ecotec.edu.ec

Phd. José J. Albert Márquez
Doctor por la Universidad de Córdoba con la calificación de Sobresaliente "cum laude" y la mención de Doctor Europeo. Profesor Contratado Doctor de Filosofía del Derecho de la Universidad de Córdoba. - Profesor de Teoría y Filosofía del Derecho, Derechos Humanos y Derecho y Humanidades. Integrante de diversos grupos de investigación. Director de varias tesis doctorales. Evaluador de diversas revistas científicas nacionales e internacionales. Secretario Académico de la Facultad de Derecho de Córdoba. Responsable de Calidad. Miembro de la Unidad de Igualdad de la UCO. Autor de numerosos artículos en revistas especializadas en temas de Filosofía del Derecho, filosofía política, bioética-bioderecho y teoría del derecho.
Correo: ji1almaj@uco.es

RESUMEN

En las últimas dos décadas, varios han sido los proyectos políticos, denominados emancipatorios en América Latina y en Europa, los cuales han sido analizados a partir, sobre todo, de sus formas de liderazgo y discursos poco heterodoxos. Dichos gobiernos, han sido a menudo calificados como populistas, sin profundizar demasiado en la teorización o mera conceptualización de un término a menudo vilipendiado epistemológicamente.
Otra de las recurrentes calificaciones de estos fenómenos políticos, sobre todo enunciadas en la producción científica europea y norteamericana, han girado en torno a la denominación de estos liderazgos como constructores de movimientos nacional-populares. Si bien es cierto que esta corriente analítica ha sido mayoritariamente aceptada, es de vital importancia asentar la comprensión de estos procesos de representación política de una forma bidireccional; es decir, de arriba abajo (como se ha hecho hasta el momento) pero también de abajo a arriba. Es desde esta postura, que se hace enormemente necesario acudir a la cuestión de la acción colectiva, los movimientos sociales y de ciertas precondiciones sociales -como etapa común a todos estos procesos-, para que surjan este tipo de fenómenos políticos, cuya cronología termina por constituirse en Identidades Políticas como el Peronismo en Argentina -en su momento- y el chavismo en Venezuela, el correísmo en Ecuador o el evismo en Bolivia como presumibles

Identidades a tener en cuenta en futuros escenarios políticos en general y electorales en particular.

PALABRAS CLAVE: Identidades Políticas, Postestructuralismo, Nacionalismo, Populismo.

ABSTRACT

In the last two decades, there have been several emancipatory political projects in Latin America and in Europe, which have been analyzed based, above all, on their forms of leadership and non-heterodox discourse. These governments have often been described as populist, without deepening too much in theorizing or mere conceptualization of a term often epistemologically vilified.

Another one of the recurrent denominations of these political phenomena, especially enunciated in the European and North American scientific production, has revolved around the denomination of these leaderships as builders of National People´s Movements. While it is true that this analytical current has been mostly accepted, it is of vital importance to establish the understanding of these processes of political representation in a bidirectional way; that is, from top to bottom (as has been done so far) but also from bottom to top. It is from this position, that it becomes enormously necessary to turn to the issue of collective action, social movements and certain social preconditions - as a stage common to all these processes - so that these types of political phenomena arise, whose chronology ends by to become Political Identities such as Peronism in Argentina - at the time - and Chavism in Venezuela, Correism in Ecuador or Evism in Bolivia as presumable Identities to be taken into account in future political scenarios in general and electoral in particular.

KEYWORDS: Political Identities, Post-structuralism, Nationalism, Populism.

1. INTRODUCCIÓN.

El estudio del ascenso al poder de los líderes y gobiernos latinoamericanos, definidos como populistas o nacional-populares en las últimas dos décadas, han dado paso a una serie de investigaciones y literatura, sobre todo, centrados en el tipo de liderazgo de sus protagonistas. Estos gobiernos, han sido definidos como populistas desde sus propuestas y sus acciones.

En casos como el boliviano, el ecuatoriano o el venezolano, haciendo referencia a los gobiernos de Evo Morales, Rafael Correa, Nestor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner y Hugo Chávez, existe un vacío en los aportes científico de las Ciencias Sociales para explicar las condiciones de posibilidad que dan lugar al ascenso y consolidación de éstos, que vaya más allá de la cuestión del liderazgo, capacidad de movilización, etc. Es por ello, que teniendo en cuenta que la mayor parte de la literatura científica realizada sobre estos proyectos, ha estado referida a lo antes mencionado y a los planes gubernamentales, la construcción de una nueva institucionalidad a partir de Asambleas Nacionales Constituyentes y la ejecución de políticas sociales (espacio mayormente dominado por los investigadores Flavia Freidenberg y John Polga-Hecimovich sobre todo en el caso ecuatoriano), he decidido recurrir a un enfoque diferente al generalmente planteado en los términos antes mencionados.

Esta ponencia, girará en torno al análisis de esas condiciones de posibilidad, caracterizadas por el contexto sociopolítico, pero sobre todo a la constitución de identidades políticas y su caracterización común, a partir de la cual extraeré no sólo la posibilidad de definir una categoría como la identidad nacional-popular, sino también la posibilidad de proponer dicha categoría como una que explique con un carácter más proyectivo el impacto en la cultura política de la región latinoamericana y por qué no en Europa, donde proyectos con similares análisis de la realidad social e interpelaciones discursivas, han conseguido proyectarse con gran peso en escenarios electorales.

2. MARCO TEÓRICO.

Identidades colectivas y subjetividades.

La identidad como fenómeno sociopolítico, lleva consigo un carácter colectivista. Es decir, “denota una igualdad fundamental y consecuente entre los miembros de un grupo o categoría. Esto puede ser objetivamente (como una igualdad “en sí misma”) o subjetivamente (como una igualdad experimentada, sentida, o percibida)” (Brubaker y Cooper, 2001: 9). Cuando hablamos de identidades como subjetividades que parten de una sociedad o una parte de ella, nos daremos cuenta que hay una basta literatura sobre este enfoque y que ésta está ligada al estudio de los movimientos sociales, la “raza”, la etnicidad y del nacionalismo. Como veremos más adelante, el enfoque que se le da a las identidades colectivas desde los movimientos sociales, converge desde el enfoque constructivista y postestructuralista con el estudio de los movimientos sociales. Desde el enfoque constructivista, existe una idea compartida de que los movimientos sociales operan como productores de identidades colectivas, entre ellas nacionales, a partir de una

traducción de la realidad dada en una determinada comunidad política (Errejón, 2012; Melucci y Diani, 1983; Maiz, 2004)

De aquí, podemos sacar tres conclusiones: la primera es que son necesaria ciertas condiciones de posibilidad en el campo de lo social para que se produzca la emergencia de un discurso nacionalista; la segunda, que lo afectivo y la coyuntura son esenciales para comprender "la cuestión nacional" y lo identitario. La tercera conclusión, es que el proceso de representación identitaria, puede ser validada de dos maneras: de manera tangible o cuantitativa; es decir, por un resultado electoral o de manera intangible o cualitativa. Es desde este segundo enfoque, que parte de la necesidad de hacer referencia a la, denominada por Pitkin, "representación simbólica" y que tiene que ver con las emociones y afectos que despiertan los símbolos. Boaventura de Sousa Santos, por su parte, señala que las diferentes formas de representación no institucionales, las cuales incluso de manera generalizada en la Ciencia Política son denominadas como formas de política no institucional, no son menos importantes para comprender democracias interculturales[130] como la ecuatoriana. Estas formas de representación "provienen de la historia, de los usos y costumbres, de la calidad, del desenvolvimiento de la gente" (De Sousa Santos, 2009: 32). Es decir, esa fase de la representación, parte de la subjetividad con la que la realidad es percibida por los individuos o grupos sociales, lo cual nos lleva directamente a la orientación psicoanalítica de Lacán, la cual plantea que la representación de las cosas se da a partir de la existencia de la tríada Real, Simbólico e Imaginario; categorías que pasaron a ser referencia de teóricos políticos postestructuralistas (Retamozo, 2010: 178)

Acción colectiva y movimientos sociales como productores de identidades nacionales.
El nacionalismo, ha sido uno de los fenómenos más estudiados desde las Ciencias Sociales y la Historia. A continuación, plantearé los diferentes paradigmas que han tratado este fenómeno y cuál es el que más se adecua a los fenómenos nacional-populares.

Miguel Ángel Perfecto, haciendo referencia a Andrés de Blas establece una relación de cuatro paradigmas que explican el nacionalismo. El primero de los enfoques, parte de la Sociología y la Ciencia Política en autores como Benedict Anderson y Ernest Gellner. La idea es que el nacionalismo es un efecto de la modernización económica de los Estados y que ésta tiene su origen en la industrialización. Por tanto, ese proceso vendría a darse a partir de la Revolución Industrial. En definitiva, el nacionalismo es interpretado desde la necesaria emergencia de un mecanismo estabilizador de los cambios económicos y sociales y de la homogeinización cultural como producto del proceso de universalidad al acceso de la educación (Perfecto, 1999: 230)

El segundo grupo de teorías, subraya que el nacimiento del Estado nación tiene mucho que ver con las adhesiones histórico-ideológicas a una determinada comunidad política a partir de la validación de discursos. Por el contrario, señala que la vocación nacional-imperialista de la sociedad feudal, no llevaba consigo la homogeneidad cultural étnica como ocurre en el anterior planteamiento.

[130] La democracia intercultural, es un término que hace referencia a la crítica eurocentrista, a partir de una comprensión de la democracia vista desde América Latina, aplicada esta a comunidades plurinacionales (De Sousa Santos y Grijalva, 2012: 27)

El tercer paradigma, hace referencia al nacionalismo como mecanismo que opera para la conquista del poder en el estado. Así, Miguel Ángel Perfecto, recurre a John Breully para señalar que el nacionalismo se manifiesta en la forma en que se obtiene el poder, pero también como se utiliza ese poder del propio Estado (Perfeto, 1999: 236)
Por último, señala un cuarto enfoque al que denomina como "explicación pluridimensional" o "nacionalismo constructivista", de los nacionalismos, haciendo referencia al término acuñado por Ramón Maiz.

Ramón Maiz, desarrolla cómo se constituye una nación, sosteniendo a su vez que ésta es adhesionable a una identidad colectiva en producción, generada ésta por protestas y movilizaciones. De este modo, describe en cinco pasos o precondiciones, fácilmente extrapolables al caso ecuatoriano en su construcción de nación en tanto que subjetivada por la necesidad de ser interpretada en un contexto social y político como el del año 2006 correspondiente al primero proceso electoral en el que participó Rafael Correa como candidato presidencial:

"El eje de esta línea argumental residiría en que el nacionalismo no resulta ya considerado como la manifestación o exteriorización de una nación objetivamente dada, sino que, al contrario, es la nación misma la que constituye el producto, siempre dinámico e inacabado, de un proceso complejo de construcción política y social que tiene lugar, bajo el impulso del nacionalismo, en determinados contextos culturales, económicos y políticos" (Maiz 1997: 3). La materia prima etnocultural, no es suficiente para explicar, sino que hay que acudir a los ámbitos de la estructura y la acción de los movimientos sociales. Ramón Maiz, se refiere en un intento de sistematización de la construcción de identidades nacionales, a partir del preámbulo activador de la movilización social, a las siguientes fases:

1) Existencia de unas *precondiciones étnicas* o "materia prima" étnica de mayor o menor riqueza, a su vez producto de elaboraciones pasadas de élites e intelectuales.
2) La vigencia de unas *precondiciones sociales* que favorezcan la existencia de una nación por medio de una crisis económica que de pie a una crisis política.
3) Una propicia Estructura de Oportunidad política[131]; por ejemplo, una crisis en el espacio que ocupaban los partidos tradicionales, "conflictos intraélite", etc.
4) "Una movilización política eficaz que, a través de su trabajo organizativo y discursivo, consiga generalizar, en el seno de un amplio bloque social, la existencia de la nación como una evidencia política indiscutible, en torno a unos intereses nacionales compartidos y unos objetivos de autogobierno determinados" (Maiz, 1997b: 4-5)
Ésta forma de entender la acción colectiva y los movimientos sociales, tiene que ver con el poder de estos para producir identidades colectivas, ya que el momento movilizador, sería aquel en el que Alberto Melucci resalta como "nivel intermedio", a partir de la idea de que es en esa etapa

[131] La Estructura de Oportunidad Política, es definida en el marco teórico como una herramienta para el análisis de los procesos de movilización social.

que “los individuos evalúan y reconocen lo que tienen en común y deciden actuar conjuntamente” (Melucci, 1999: 62).

Además de Melucci, Cabrera, Greenfeld y el propio Ramón Maiz, comparten esta idea de que es el enfoque constructivista el que mejor explica la construcción de identidades a partir de una traducción de la realidad dada en una determinada comunidad política (Errejón, 2012; Melucci y Diani, 1983; Maiz, 2002)
El constructivismo y el postestructuralismo, están de acuerdo al señalar la importancia que tienen los discursos para construir identidades nacionales. Es precisamente de esta idea, que Chantal Mouffe y Ernesto Laclau señalan la importancia de entender al discurso como construcción social resultante de la acción colectiva y lo expresado discursivamente en un sentido lingüístico, por alegatos que interpelen los intereses y demandas de una mayoría social. Es decir, “que toda distinción entre los que usualmente se denominan aspectos lingüísticos y prácticos (de acción) de una práctica social, o bien son distinciones incorrectas, o bien deben tener lugar como diferenciaciones internas a la producción social de sentido, que se estructura bajo la forma de totalidades discursivas” (Laclau y Mouffe, 1985: 179-180)

Nacionalismo y Populismo: Dos tradiciones indisociables en América Latina:

La identidad nacional en los diferentes procesos políticos antes mencionados, estaría producida a partir de un “discurso nacionalista”, este sí desde el gobierno, bajo la idea de que es este último el que construye la nación como “comunidad imaginada” (Gellner, 1983) partiendo de la afirmación de que “la nación se revela como producto del Estado, y no el Estado la expresión de una Nación que le precede y, por así decirlo, lo requiere” (Maiz, 2002: 18). Esto quiere decir, que la idea de identidad nacional, debe ser concebida como resultado de una “construcción política” y no sólo desde la articulación de una preexistente materia prima étnica y cultural planteada por el “primordialismo”[132] como paradigma explicativo de la nación y el nacionalismo. Es por ello, que se hace necesario recurrir a una conceptualización de la representación, en este caso simbólica, para de esa manera, asentar las bases de una construcción discursiva de la identidad nacional.
Pero ¿cómo se constituyen las naciones -desde un punto de vista simbólico- de las cuales emergen identidades colectivas sujetas a la articulación de la ideología y el discurso nacionalista? En Estados Unidos, el momento fundacional o la creación de la identidad nacional, se abre paso por un proceso común de independencia en las colonias. Es ese momento fundante, el que posibilita una idea de nación estadounidense. Y esa nación e identidad nacional, al igual que en el caso de Australia, es constituida a partir de la fundación del estado (Hobsbawn: 1991: 86) Pero no sólo eso, la posibilidad de constitución de una identidad nacional, es el reconocimiento de un “afuera constitutivo” (Mouffe, 1993: 122) frente a lo que definirse y en estos términos, independizarse.

[132] El primordialismo es uno de los paradigmas clásicos en el estudio de los nacionalismos entre los cuales se encuentran teóricos como Clifford Geertz, Pierre van der Berghe, o Edward Shils. Estos autores, mantienen que la nación y los nacionalismos se configuran a partir de características étnicas, culturales y lingüísticas comunes a una comunidad territorialmente delimitada.

Dicho esto, hay que dejar claro, que como demuestran múltiples experiencias históricas, el Estado no implica el surgimiento de una nación y por tanto una identidad nacional necesariamente.
En el caso ecuatoriano, por ejemplo, el momento fundacional de la nación no está tan claro y definido llegados al siglo XXI, puesto que desde aportes teóricos sobre "neocolonialismos", se interpreta, gracias a la Teoría de la Dependencia que los procesos de emancipación en América Latina no pueden ser analizados e incluso planeados desde categorías marxistas, de izquierda-derecha o simplemente eurocéntricas. Es justamente desde ese planteamiento, que se niega la ortodoxia empírica a partir de la cual se explica la fundación de la nación como producto de unas precondiciones homogéneas étnicas y culturales, de donde parte la idea de la plurinacionalidad y el papel de los movimientos indígenas, tanto en Bolivia como en Ecuador o Venezuela para la construcción de un proyecto político del que parta un discurso nacionalista.

Esa paradoja entre el nacionalismo identitario y la capacidad de su discurso para representar, al menos simbólica y electoralmente a una mayoría social en estos países a cargo de figuras como Rafael Correa, Evo Morales o Hugo Chávez, los cuales encarnaron y a su vez dieron respuesta a las demandas insatisfechas expresadas en las calles, se cerraría bajo la hipótesis de que dichos proyectos fueron capaces, hipotéticamente (tal y como plantean las sucesivas páginas) de interpretar y traducir la emergencia de un nuevo proyecto político (en el plano objetivo) pero también de una nueva identidad colectiva (en el plano subjetivo).

Según Josep Vallés, la política es aquel mecanismo que surge para gestionar los conflictos sociales y en última instancia solucionarlos. Pues bien, uno de los motivos por los cuales, Flavia Freidenberg afirma el porqué del surgimiento de los populismos, es la crisis de representación, la cual es entendida como "una crisis de adaptación del sistema de partidos a una nueva realidad económica y social, en la que los políticos no consiguen responder a las demandas sociales bajo estas reglas de juego (Paramio, 2006)[133]. Según Roberts y Freidenberg, la debilidad institucional, es también una de las causas fundamentales para el populismo florezca. En el caso de América Latina y más concretamente el ecuatoriano, esta debilidad institucional se revela a partir de la inestabilidad política y los altos niveles de conflictividad social que se dieron en la década previa a los gobiernos antes mencionados y más concretamente al liderado Rafael Correa. Estas tres causas, podrían recogerse en la categoría *gramsciana* "crisis orgánica" (Gramsci, Cuadernos, V, p.41). Las crisis orgánica, dentro de los diferentes contextos, sobre todo de inicios de segunda mitad del siglo XX y de los que llevamos de siglo XXI, estarían provocadas "por el fracaso de la clase dominante en algún proyecto de envergadura para el que haya movilizado amplias capas de la población –reformas económicas estructurales, guerras, etc.- o por la movilización masiva, inédita y consciente de grupos sociales antes pasivos" (Errejón, 2012: 131). Sin duda, éstas mismas causas, nos evocan las más reseñables revoluciones modernas y contemporáneas, como lo fueron la Revolución Francesa o la Revolución de Octubre.
Pues bien, es precisamente la interpretación postestructuralista de Antonio Gramsci por medio de Ernesto Laclau, la que nos acercará a lo nacional-popular como espectro ideológico.

---

[133] Ludolfo Paramio, citado por Flavia Freidenberg en "¿Qué es el populismo? Enfoques de estudio y una nueva propuesta de definición como un estilo de liderazgo".

Según Iñigo Errejón, “el pueblo, concebido frecuentemente en términos nacionales, es probablemente el sujeto más invocado de la historia política de la modernidad. No es desencaminado, por eso mismo, afirmar que quien es capaz de proclamarse su representante o de arrogarse su autoridad moral, tiene la mitad de la lucha ganada” (Errejón, 2012: 136). Lo que esto quiere decir, es que aquel que sea capaz de construir un proyecto político con pretensiones de representar la nación, no va a conquistar su objetivo si no es a cargo de un discurso nacionalista protagonizado por la acción y la movilización social. La nación y los nacionalismos, según Eric Hobsbawn, estarían “construidos esencialmente desde arriba, pero no pueden entenderse a menos que se analicen también desde abajo, esto es, en términos de los supuestos, las esperanzas, las necesidades, los anhelos y los intereses de las personas normales y corrientes, que no son necesariamente nacionales y menos todavía nacionalistas” (Hobsbawn, 1991: 18-19) Esta visión, encaja perfectamente con la visión antiesencialista de la construcción de las identidades nacionales de Ramón Maiz.

Todas esas esperanzas, necesidades, anhelos, intereses expuestos por Hobsbawn, son nominados por Gramsci, Laclau y Mouffe, entre otros, como demandas. Según estos sólo se podrá conquistar la tan añorada hegemonía[134] si se hace posible la articulación de dichas demandas, a priori diferentes entre sí e incluso contradictorias, cuyo resultado sea la interpelación de lo que el propio Antonio Gramsci llamaba “voluntad nacional-popular”.

Convergencia ideológica: La identidad nacional-popular como resultado

¿De qué está formada la identidad? Respondiendo a esta pregunta, tanto la Stravinsky, Žižek o los propios Laclau y Mouffe, señalan que las identidades se construyen discursivamente a partir de la articulación de demandas, otorgándo a las estructuras discursivas de las cuales están formadas las ideologías, una capacidad performativa que pueda constituir una identidad colectiva con pretensiones hegemonizantes. Esa flexibilidad de los elementos estructurales de los discursos que conforman las ideologías, está definida bajo la categoría de “significantes flotantes” los cuales son términos sometidos a diferentes interpretaciones en pugna como pueden serlo “Patria”, “Democracia” o “Libertad”. El mejor ejemplo de esto es el último término, el cual está pasando a ser sobredeterminado por el neoconservadorismo[135], defendiendo la libertad en términos económicos, a la cual se arguye usualmente una libertad económica que pregona el libre comercio y la desactivación de trabas burocráticas al empresariado.

Según Slavoj Žižek, “el espacio ideológico está hecho de elementos sin ligar, sin amarrar, “significantes flotantes”, cuya identidad está abierta, sobredeterminada por la articulación de los mismos en una cadena con otros elementos. Es decir, su significación literal depende de su plus

---

[134] Ernesto Laclau y Chantal Mouffe en *Hegemonía Estrategia socialista*, reinterpretan la hegemonía gramsciana como la “nueva lógica de constitución de lo social que recompone, a un nivel distinto del postulado por la tradición marxista, los fragmentos sociales, dislocados y dispersos por esa desigualdad del desarrollo”. Ésta definición, apela a un postulado postestructuralista que critica al determinismo del estructuralismo, defendiendo la idea de que no son sólo las clases sociales, a partir de la lucha de clases, las capacitadas para constituirse como sujetos políticos.

[135] El neoconservadurismo es una corriente política e ideológica, la cual nace en Estados Unidos en el seno del gobierno de Ronald Reagan, extendiéndose hacia Europa a través del Reino Univdo bajo el gobierno de Margaret Thatcher. El neoconservadurismo, también denominado revolución conservadora, rompiendo así con el naciente *Welfare State* surgido a partir del *New Deal* liderado por el gobierno de Franklin Delano Roosevelt.

de significación metafórica" (Žižek, 1989: 125) Para ejemplificar esto, el autor esloveno señala que el ecologismo como ideología, no está determinado identitariamente, puesto que el mismo, puede tener una orientación estatalista, si es que se cree que sólo un Estado fuerte puede prevenir la vulnerabilidad del medio ambiente; o bien una orientación socialista, en el caso de que señale al sistema capitalista como el responsable de la explotación de la naturaleza (Íbidem) Lo que planteo, es que la constitución de la identidad nacional-popular, puede responder a la lógica en esa convergencia ideológica para la comprensión de la categoría identidad nacional-popular. Es decir, el populismo como discurso ideológico, el cual, según Laclau y Mouffe se definiría como la constitución del campo social a partir del antagonismo pueblo-oligarquía o élite-masa, puede llenar de significado la ausencia que genera la estructura discursiva de esa ideología, a partir de un discurso ideológico nacionalista. Esta operación, según Žižek, en su lectura de "Hegemonía y Estrategia Socialista", vendría a cargo de la identificación de un "punto nodal" que fije al "significante flotante". Ese punto nodal, en el caso de los proyectos políticos latinoamericanos, ha sido hilvanado a partir de contenidos progresistas, gracias a la performatividad ideológica que ofrece el nacionalismo en América Latina, a diferencia de Europa, donde tiene un fuerte arraigo al nazismo alemán, al fascismo italiano y a la concepción homogeneizante de lo étnico, lingüístico y cultural. Como conclusión, y recurriendo a Marc Saint-Upéry, es precisamente el "pluralismo de las demandas sociales" el que fomenta "la estructuración rígidamente binaria y a menudo moralista del espacio público en las variantes del discurso nacional-popular de izquierda" antes mencionada (Saint-Upéry, 2008: 86)

Articulación de demandas: entre la acción colectiva y la constitución de identidades nacional-populares.

Esta pluralidad de demandas, la cual se postula como precondición social esencial para el nacimiento de fenómenos políticos, cuyo "ADN" estamos definiendo bajo el enunciado de nacional-populares, no es en cualquier caso un mecanismo a partir del cual automáticamente se constituyen este tipo de identidades colectivas; por el contrario, éstas deben ser articuladas discursivamente.

Yannis Stavrakakis, señala en su obra "La izquierda lacaniana: Psicoanálisis, Teoría, Política", la importancia de lo afectivo en lo relativo a la produccción identitaria a partir del discurso nacionalista. Concretamente, hace referencia a la dimensión del "goce", categoría fuertemente influenciada por el psicoanálisis, la cual no se puede entender sin la presencia de un líder portador de cierta capacidad aglutinadora y persuasiva. Esta dimensión afectiva, nos permite "mejorar notablemente nuestra comprensión de los procesos de apego o adhesión que reproducen las relaciones de subordinación y obediencia, estimulan la identificación ideológica y sostienen la organización social: el vínculo social en líneas generales" (Stavrakakis, 2010: 212)[136] Pero ¿cómo denominar a esa precondición social, objetiva y subjetiva que posibilita la construcción identitaria en los términos antes mencionados? Y lo que es más importante, ¿cómo denominar a ese proceso articulatorio a partir de la teoría postestructuralista?

[136] Citado en "Un fantasma actual. Notas para una aproximación a la figura del *empresario de si*"

Para Laclau, éstas precondiciones son enunciadas bajo la categoría “dislocación”. La dislocación, revela en sí misma el quiebre de la unión discursiva y material. Para Torfing (1999: 130),

> el desarrollo del Estado de bienestar nace de la dislocación discursiva y material del capitalismo en la crisis económica de los años treinta. El moderno Estado del bienestar , precedido por las experiencias de planificación estatal exitosas durante la Segunda Guerra Mundial y el sentimiento de comunidad desarrollado por la confrontación, emergió como un “mito suturante” que recomponía una sociedad profundamente fracturada, funcionando como un espacio de representación para la mayor parte de las demandas económicas y sociales en tanto que diferencias legítimas, desplazando todo cuestionamiento a las relaciones sociales capitalistas y al pacto social a su afuera constitutivo, como “extremismos” contra los cuales se unían en un proyecto nacional fuerzas de otro modo difícilmente convergente. Sólo una dislocación de enormes proporciones, como la crisis de los años setenta, hizo emerger fenómenos y fuerzas que finalmente no pudieron ser inscritos en el mismo discurso- (keynesianismo, paz social, crecimiento económico por medio de la demanda, etc.- que fue hegemónico y estable durante casi tres décadas[137]

En el caso latinoamericano, esa dislocación se daría a partir de las externalidades negativas que conllevaron los programas en política económica basados en la reducción del déficit fiscal, el redireccionamiento y reducción del gasto público, la liberalización del comercio, etc. Estas medidas, las cuales prometían una estabilización económica y crecimiento del PIB a medio o largo plazo, generaron crisis políticas más profundas, las cuales vinieron acompañadas de altos niveles de violencia política e inestabilidad institucional. Es así como se puede hablar de dislocación, al romperse la continuidad entre lo discursivo (promesas y expectativas) y lo material (pérdida de acceso a recursos y derechos).

A partir de esa dislocación, surgen antagonismos sociales susceptibles de ser representados, simplemente a partir de lo que antes mencionábamos como “nivel intermedio” en el seno de la acción colectiva. Dicha dislocación inhabilita cualquier propuesta política situada en el *establishment* como constructora de identidades políticas, puesto que es la propia política la que está definiendo a la identidad excluída. En el caso ecuatoriano, es curiosamente el hasta entonces presidente Lucio Gutiérrez, en aquel entonces, en aras de ser derrocado, el que nomina a “Los Forajidos”. Los Forajidos, fueron un movimiento cívico espontáneo que conquistó el objetivo antes enunciado (derrocar al presidente Lucio Gutiérrez), gracias al posterior apoyo -al levantamiento cívico- de las fuerzas armadas.

La siguiente etapa a la dislocación y a la constitución del antagonismo tiene que ver con la identificación de un conjunto de demandas, las cuales pueden ser reunidas y vinculadas en torno al “afuera constitutivo” (Laclau y Mouffe, 1995: 151). Esa reunión de demandas, debe darse a partir de la presencia de lo que Laclau y Mouffe denominan “cadena de equivalencias”, la cual

[137] Citado por Iñigo Errejón (2012: 162-163)

pueda hacer las veces de agente aglutinador de todas las demandas insatisfechas, que a priori no guardaban relación. En el caso ecuatoriano, esa “cadena de equivalencias”, sería Rafael Correa o el correísmo como identidad política, al terminar por absorber electoralmente en la segunda vuelta de las elecciones del año 2006 las demandas insatisfechas reveladas a partir de las protestas acaecidas un año antes en la capital ecuatoriana.
Es así, como el “correísmo”, al igual que el “evismo”, el “kirchnerismo” o el “chavismo”, han conseguido acumular un capital simbólico y material, como así lo demuestra el apoyo popular recibido en los sucesivos procesos electorales hasta la fecha. De este modo, estos “ismos”, son definidos en la presente ponencia como identidades nacional-populares, habiéndose proyectado éstas, no sólo como las opciones electorales protagónicas en Ecuador, Bolivia, Argentina y Venezuela en las últimas dos décadas, sino también como los proyectos con mayor capacidad proyectiva.

3. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES.

Conclusiones:

I. La categoría identidad nacional-popular, ofrece un constructo teórico que puede servir de utilidad para dar una lógica común a la evidente relación que guardan cada uno de los marcos teóricos convergentes que hacen referencia a la cuestión identitaria en el seno de la literatura referida a los movimientos nacional-populares de América Latina.
II. Se constata la importancia explicativa de una recurrente dimensión en lo relativo al objeto de estudio, como es la afectiva, cuya ausencia imposibilita la comprensión de la representación política en términos simbólicos.
III. La importancia que tiene la cuestión identitaria, ya sea como elemento constitutivo o al menos auxiliar en los procesos políticos generadores de estabilidad institucional.
IV. Que las precondiciones sociales, son fundamentales para comprender con mayor profundidad la capacidad de los liderazgos políticos para postularse como actores fundamentales en la constitución de identidades políticas.
V. El reconocimiento de un tipo de nacionalismo aglutinador de identidades colectivas existentes, antagónico al exclusionista y primordialista en el seno de su articulación, más propio de fenómenos políticos europeos en pleno desarrollo.
VI. Que existe una correlación entre las etapas en que da lugar la construcción de la identidad nacional-popular en la elaboración teórica y el proceso político ecuatoriano que tuvo lugar en el transcurso de la década de los años 2000.

Limitaciones:

En el desarrollo de estas páginas, se evidencia la necesidad de crear un constructo metodológico que posibilite la comprensión de estos fenómenos políticos como identitarios, en tanto que la investigación no sólo pueda afirmar la importancia en el espacio político y electoral, sino en términos cualitativos, a partir de variables objetivables.

Este proceso de investigación, se ha limita fundamentalmente a la recopilación y análisis de obras principalmente teóricas. Es por esto, que se hace complejo afirmar con una rotundidad empírica que trascienda a la mera teorización o al estudio de casos, que el trabajo realizado suponga el análisis de dichos fenómenos políticos, a partir de la exhaustividad que podría conllevar, tanto conclusiones generales de este tipo de fenómeno políticos, como en lo particular al caso ecuatoriano.

4. REFERENCIAS

Anderson, B. (1991): Imagined Communities. Reflections on the Origins and Spread of Nationalism. Barcelona: Alianza Editorial, 2ª edición.

Brubaker, Rogers y Frederick Cooper. 2001. «Más allá de "identidad"». Apuntes de Investigación del CECYP, (7): 30-67.

Errejón Galván, Íñigo. 2012. "La Lucha Por La Hegemonía Durante El Primer Gobierno Del MAS En Bolivia (2006–2009): Un Análisis Discursivo." Tésis Doctoral, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Freidenberg, F. (2012). ¿Qué es el populismo? Enfoques de estudio y una nueva propuesta de definición como un estilo de liderazgo. En Dubesset, E. y Majlatova, L. (eds.). El populismo en Latinoamérica: teoría, historia y valores. Francia: Presses Universitairess de Bordeaux.

Gramsci, A. (1975 [2000]): Cuadernos de la cárcel, México, Ediciones ERAUniversidad Autónoma de Puebla, seis volúmenes, traducción de la edición crítica del Instituto Gramsci de Roma, a cargo de Valentino Gerratana.

Hobsbawn, E. (2000). Naciones y nacionalismo. La nación como novedad. Madrid. Instituto Nacional de Radio y Televisión –inravisión (1994). Historia de una travesía. 40 años de la televisión en Colombia. Bogotá.

Laclau, E. y Mouffe, Ch. (1985): Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics. London: Verso.

_____ (1995): "Subject of Politics, politics of the subject" en Diferences, 7:1. pp. 145-164.

Máiz, R. (1996). "¿Etnia o política? Hacia un modelo constructivista para el análisis de los nacionalismos". en Fontana. J. et al. La qüestió nacional: un debat obert. Barcelona: Fundació Pere Ardiaca.

_____ (2004): "Yawar Mayu: La construcción política de identidades indígenas en América Latina" en Martí I Puig, S. y Sanahuja, J. M. (eds) Etnicidad, autonomía y gobernabilidad en América Latina. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Melucci, A. y Diani, M. (1983): Nazioni senza Stato. Milán: Loercher.

Mouffe, C. (1993): "Introduction: for an agonistic pluralism" in Mouffe (ed.) The Return of the Political London: Verso. pp. 1-8

Nepomiachi, E. y Sosa, M. (2015). Un fantasma actual. Notas para una aproximación a la figura del "empresario de sí". Diferencia(s), Revista de Teoría Social Contemporánea, 1(1).

Paramio, L. "Giro a la izquierda y regreso al populismo". Nueva Sociedad 205 (septiembre-octubre): 63-74, 2006. ISSN 0251-3552.

Perfecto, M.A. (1999) "Los nacionalismos contemporáneos. Un estado de la cuestión". Studia Zmorensia. Zamora: UNED de Zamora.

Pitkin, Hanna F. 1967. The Concept of Representation. Berkeley: University of California Press.
Retamozo, Martín y Mariano Fernández (2010) “Discurso político e identidades políticas: producción, articulación y recepción en las obras de Eliseo Verón y Ernesto Laclau”, en Cuadernos de Ideas, Vol. 4, Nº 4, diciembre.
Roberts, K. “El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina. El caso peruano”. En Mackinnon, M. y Petrone, M. Comps. Populismo y neopopulismo en América Latina. El problema de la Cenicienta.
Saint-Upéry, M. (2008): “¿Hay patria para todos? Ambivalencia de lo público y “emergencia plebeya” en los nuevos gobiernos progresistas” en Iconos. Revista de Ciencias Sociales. Num. 32.
Stavrakakis, Yannis. (2010), La izquierda lacaniana. Psicoanálisis, teoría, política, FCE, Buenos Aires.
Torfing, Jacob (1999): <ew Theories of Discourse: Laclau, Mouffe and Zizek.
Brighton: Blackwell Publishers.
Vallès, J.M. (2000), Ciencia Política: una introducción, Barcelona, Ariel.
Buenos Aires: Eudeba, 1999,435 p.
Zizek, S. (1992) El sublime objeto de la ideología, México: Siglo XXI, 125 p.

009. LA PROBLEMÁTICA DEL ADOLESCENTE INFRACTOR EN RELACIÓN A LAS CONDUCTAS DELICTIVAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

[138]Mgtr. Mercedes Coronel Gómez.
[139]Mgtr. Carlos Alcívar Trejo.
[140]Mgtr. Estrella Hoyos Zavala.
[141]Mgtr. Ámbar Murillo Mena

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es establecer la problemática del adolescente infractor en relación a la incidencia de la violencia intrafamiliar en el inadecuado comportamiento de los adolescentes en la ciudad de Guayaquil; para realizar el estudio de investigación se analizaron variables de datos informativos, tipos de violencia, rendimiento escolar, etc., todos enfocados a determinar si este problema afecta a los adolescentes. Por tanto la violencia, en cualquiera de sus formas o tipos, tiene sus consecuencias, y tratándose del adolescente afecta gravemente a su comportamiento y a su normal desenvolvimiento. La falta de valores, de principios, de comunicación, de cooperación, la pasividad, la desestructuración de la familia, figura como posibles causas afectando directamente al núcleo familiar. Los resultados obtenidos en esta investigación determinan que la violencia y sus manifestaciones si inciden en el inadecuado comportamiento del adolescente, con lamentables consecuencias para su vida emocional y psicológica. Por tanto se plantea propuestas de prevención sobre la influencia de la violencia intrafamiliar en el adolescente, dirigido a los padres de familia, maestros y sociedad en general, tomando en cuenta los factores familiares que se asocian directamente con las conductas violentas que los adolescentes presencian, con el único propósito de brindarles conocimientos, concientizarles sobre la grave influencia de la violencia en sus hijos, sobre todo la falta de comunicación entre los miembros de sus familias. Comprometiéndonos así, con la gran labor de servicio y apoyo que brindan los directivos de la institución.

PALABRAS CLAVE: Adolescente, Conductas, Delito, Familia, Violencia.

---

[138] Abogada, Magister en Planificación Evaluación y Acreditación, en la Universidad de Guayaquil, especialista en derecho civil, laboral, contratos y propiedad intelectual, Abogada de los Tribunales y Juzgados. Ha sido Abogada en Libre ejercicio y actualmente ejerce labores de Consultora en ámbito civil, tributario y corporativo en libre ejercicio Docente Tiempo completo de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad Tecnológica ECOTEC. mecoronel@ecotec.edu.ec

[139] Abogado, Magister en Diseño Curricular, PhD(C) en Ciencias Jurídicas en la Pontificia Universidad Católica de Argentina (UCA), Coordinador Académico y Docente Titular de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad Tecnológica ECOTEC. Orcid.org/0000-0002-2937-1417 calcivar@ecotec.edu.ec.

[140] Abogada, Magister en Derecho Constitucional en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, y Docente a tiempo completo de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad Tecnológica ECOTEC. ehoyos@ecotec.edu.ec.

[141] Abogada, Magister en Derecho Constitucional en Universidad de Especialidades Espíritu Santo, y Docente a tiempo completo de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad Tecnológica ECOTEC. amurillo@ecotec.edu.ec

ABSTRACT

The objective of this work is to establish if domestic violence affects the behavior of adolescents in the city of Guayaquil; To carry out the research study, information data variables, types of violence, school performance, etc. will be analyzed, all focused on determining whether this problem affects adolescents. Therefore, violence, in any of its forms or types, has its consequences, and in the case of the adolescent it seriously affects his behavior and his normal development. The lack of values, of principles, of communication, of cooperation, passivity, the destructuring of the family, appears as possible causes directly affecting the family nucleus. The results obtained in this investigation determine what violence and its manifestations do affect the adolescent's behavior, with unfortunate consequences for his emotional and psychological life. Therefore, proposals for prevention on the influence of domestic violence in adolescents are proposed, aimed at parents, teachers and society in general, taking into account family factors that are directly associated with the violent behaviors that adolescents witness, with the sole purpose of providing knowledge, raising awareness about the serious influence of violence on their children, especially the lack of communication between their family members. Committing ourselves like this, with the great work of service and support provided by the directors of the institution.

KEYWORDS: Adolescent, Behavior, Crime, Family, Violence.

1. INTRODUCCIÓN

En el trayecto de la vida del adolescente, una serie de factores determinan su desempeño; obstaculizando e influyendo negativamente en su normal desarrollo. La presente investigación lleva por título: la problemática del adolescente infractor en relación a las conductas delictivas de en la ciudad de Guayaquil, un tema que en diferentes formas y de diversas maneras está presente en muchos casos en el adolescente guayaquileño en particular del adolescente infractor.

Podemos asegurar que la violencia intrafamiliar constituye una consecuencia de la situación socioeconómica de la familia; pues, en no pocas ocasiones, los conflictos en el seno de la familia tienen su origen en el factor económico y alcanzan diversos grados de manifestación por el nivel cultural de la pareja, siendo los niños, los adolescentes, quienes resultan como las primeras víctimas de ello, a veces, con manifiestas consecuencias en su desenvolvimiento estudiantil y en sus relaciones interpersonales. Sin embargo, poco o nada se hace a nivel de sociedad, olvidando su misión en la formación de las futuras generaciones.

El tema tratado, como ya lo hemos manifestado, no ha sido aún objeto de un estudio detenido, si bien toda la sociedad está consciente de su existencia, sin embargo se han emprendido acciones relacionadas con la concientización de los padres en su deber para con sus hijos. Allá están encaminados: el Código Orgánico de la Niñez y Adolescencia como un conjunto de normas de protección; el Juzgado de la Niñez y Adolescencia como organismo para aplicar la justicia.

Pero se olvida ante todo de la formación de los padres, el conocimiento de sus deberes y obligaciones para con su pareja y para con sus hijos, y el conocimiento del adolescente en su desempeño psicológico, como base para proporcionarle el trato que se merece.

El tema ha sido tratado, en primer lugar, en su contenido teórico-científico a través de un marco teórico estructurado en base a: la Violencia y el inadecuado comportamiento de los adolescentes y de su realidad en nuestro país.

2. MARCO TEÓRICO

Violencia

El concepto violencia ha recibido diferentes definiciones, con notables divergencias según disciplinas, objetivos de investigación, entre otros. Es así como existen puntos de definición extensos o restringidos de violencia. “La forma más restringida de definir la violencia, supone identificarla con actos de violencia física entre personas. (Estramiana, 2016).

De esta manera se podría definir la violencia como el uso intencionado de la fuerza física en contra de un semejante con el propósito de herir, humillar, etc.”. Violencia sería todo aquello que impide que la gente satisfaga sus necesidades fundamentales, alimentación, vestido, vivienda, y también dignidad. (Estramiana, 2016).

De acuerdo a todo esto tenemos entonces que la violencia está presente cuando los seres humanos se ven influidos de tal manera que sus realizaciones afectivas, somáticas y mentales, que están por debajo de sus realizaciones potenciales de modo que, cuando el potencial es mayor que lo efectivo, y ello es evitable, existe violencia. (Estramiana, 2016).

Violencia intrafamiliar

Corresponde aquella violencia cuyos protagonistas (agresores y víctimas), mantienen algún tipo de relación de parentesco (lazos de sangre- real o supuestos – o matrimonio). Algunos autores reducen su significado y la identifican con la violencia que tiene lugar en el seno del hogar, es decir, entre personas que conviven. “Otros lo amplían, para incluir a personas que no necesariamente son familiares ni conviven con la víctima; pero son sentidas por ésta como miembros de su intimidad; de ésta manera se incluye la violencia ejercida por novios, ex – novios y en general, ex – parejas”. (Herrera, 2017).

Gran parte de las investigaciones de violencia intrafamiliar se centran al estudio de tres colectivos: mujeres, niños y ancianos; que son considerados los tipos más comunes de violencia de éste tipo. (Herrera, 2017).

En casi todas las sociedades, hasta épocas muy recientes, no ha habido un rechazo explícito, hacia las diferentes manifestaciones de violencia intrafamiliar. Así es, como se puede considerar que no eran actos condenables, salvo que se haga público algún caso especialmente dramático. (Herrera, 2017).

Formaban parte de la esfera íntima, de aquel espacio que debía ser protegido del resto de la sociedad y en gran medida, continúa siendo así. Es de esta manera como ciertos movimientos, los feministas por ejemplo, luchan no sólo por actos rechazables y denunciables que toman centro en las relaciones familiares, sino su consideración como un problema social. (Lorenz, 2016).

La Organización Panamericana de la Salud, ha definido a la violencia intrafamiliar como: toda acción u omisión cometida por algún miembro de la familia en relación de poder, sin importar el espacio físico donde ocurra, que perjudique el bienestar, la integridad física, psicológica o la libertad y el derecho al pleno desarrollo del otro/a miembro de la familia. (Lorenz, 2016).

Causas y consecuencias de la violencia intrafamiliar

La violencia, su crecimiento en la actualidad y su invisible presencia se origina por la falta de valores, principios en la familia y sociedad. (Herrera, 2017).

Las causas de la violencia intrafamiliar son:

• La falta de respeto, comunicación, comprensión entre las personas.

• El alcohol, actúa desinhibiendo al que lo consume, incrementando la impulsividad y liberando los impulsos agresivos, con lo que muchos comportamientos violentos están precedidos por el consumo de alcohol.

•Las drogas también favorecen las conductas delictivas y violentas por un proceso de destrucción ética y social de la personalidad y por la necesidad imperiosa de procurarse la droga de forma más o menos inmediata. (Herrera, 2017).

•Falta de control del carácter, de los impulsos, generando violencia.

Entre las causas más relevantes de la violencia intrafamiliar están la disfunción de la familia, el distanciamiento de sus miembros y las mutaciones en su comportamiento o actitudes mentales, estos efectos pueden ser:

• Psicofísicos: Pueden generar cambios psíquicos o físicos; los cambios psíquicos se refieren a la baja autoestima, estrés, tensión, y los físicos se presentan con golpes, heridas, hematomas, fracturas, etc.

• Psicosociales: Producen exclusión y marginación del núcleo social.

• En lo personal: - Inseguridad: La víctima es incompetente, insegura, inestable, indecisa. - Temor: Sentimiento común por el ambiente de violencia que sufre. - Vergüenza: El silencio es notorio por la situación de violencia que atraviesa. - Culpa: Sentimiento que afecta directamente a la víctima, sintiéndose responsable de su situación. – Aislamiento: Imposibilita a la víctima de poder comunicar, produciendo distanciamiento con sus seres más cercanos, pues siente que sólo ella atraviesa este tipo de problemas. (Herrera, 2017).

• En la salud: - Depresión: Enfermedad de tristeza profunda, desproporcionada a la situación.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las estadísticas señalan que cada año se desintegran cientos de familias a causa de la violencia intrafamiliar, los más vulnerables son las mujeres, niños y adolescentes, dicha violencia afecta principalmente a los adolescentes que están en proceso de formación, es importante mencionar que si no se mitiga este problema estos adolescentes generarán comportamientos inadecuados generando un adolescente infractor con las graves consecuencia que significa para la sociedad. La violencia intrafamiliar es la causa de efectos devastadores que ponen en peligro la estructura de la familia y la sociedad.

Los más preocupante en este contexto son los niños y adolescentes que se crían en la calle abandonados sin ninguna persona adulta a su cargo, donde son expuestos a diferentes peligros, a medida que pasa el tiempo implementan estrategias de sobre vivencia que entre ellas está, el

robar para alimentarse e incluso llegan a matar a las personas que obstaculicen su trabajo, el tratar de vengarse de las personas que les hicieron daño y generar al adolescente infractor.

3.1 SITUACIÓN ACTUAL DEL ADOLESCENTE INFRACTOR

EL ADOLESCENTE INFRACTOR

La palabra infracción deriva del latín: “infractio, de infringere, que significa; quebrantar, hecho prohibido bajo amenaza de pena”. Llámese adolescente infractor, a aquella persona menor de edad que tiene una conducta que la sociedad rechaza, cuando ha violado las normas y preceptos legales vigentes. (Carrillo, 2017).

Para el tratadista Raúl Goldstein, adolescente infractor es “aquel menor de edad quien no habiendo cumplido todavía los años que la Ley establece para gozar de plena capacidad Jurídica normal, ha incurrido por su acción u omisión. (Carrillo, 2017).

En el cometimiento de un hecho punible constituido como delito o falta y que por dicha conducta no es considerado delincuente, sino que es considerado como menor que ha delinquido”. Hablar de adolescente infractor tiene un sentido preciso y apunta a una persona menor de dieciocho años que ha cometido una acción en contra de la Ley. Dicho en otras palabras, es adolescente infractor, sólo quien ha violado los dispositivos jurídicos previamente definidos como delito o contravención, y se le haya atribuido o imputado dicha violación a través de un proceso judicial, manteniendo el respeto estricto sobre sus derechos, así como de las garantías procesales, para que finalmente sea declarado responsable. (Carrillo, 2017).

LA EDAD Y LA RESPONSABILIDAD PENAL

Tanto la legislación penal, como la especializada en adolescentes infractores, han determinado ciertos límites entre la minoría y la mayoría de edad a efectos penales, respecto de los sujetos autores de cualquiera de los comportamientos descritos en un tipo legal de delito. (Carrillo, 2017).

En el Ecuador se entiende por “menores de edad” sujetos de responsabilidad penal especial por el cometimiento de un delito, a todas las personas comprendidas en los límites de edad mínimo y máximo legalmente consignados, esto es, quienes cumplen catorce años de edad hasta que alcanzan los dieciocho años. (Carrillo, 2017).

Sin embargo, en el panorama regional y mundial, no existen criterios unánimes al momento de establecer, especialmente, la minoría de edad penal, por el contrario se puede advertir discrepancias sobre los criterios normativos para la fijación de límites mínimos y máximos de edad penal.

El sistema penal ecuatoriano manifiesta que un adolescente que comete un delito es inimputable tal como se desprende del CONA a saber: “Los adolescentes son penalmente inimputables y, por tanto, no serán juzgados por jueces penales ordinarios ni se les aplicaran las sanciones

previstas en las leyes penales", es decir no se les puede aplicar la ley penal cuando son responsables de un acto que en condiciones similares a una persona mayor de dieciocho años se le aplicarían las establecidas en el Código Orgánico Integral Penal, siendo acreedores simplemente a medidas socioeducativas , es decir, se colige que no le otorga la capacidad para responder por un hecho penal, pero el legislador, quien es el llamado a hacer los cambios legales en el país, debe considerar que la pena tiene que ser proporcional a la importancia social del hecho, es decir al impacto que produce en la sociedad, sin dejar de considerar que no puede tener responsabilidad quien no es sujeto de derechos y obligaciones. (Carrillo, 2017).

3.2 MEDIDAS SOCIO EDUCATIVAS PARA EL ADOLESCENTE INFRACTOR

El Código de la Niñez y Adolescencia manifiesta:

"Aplicación de las medidas. - La resolución que establezca la responsabilidad de un adolescente por un hecho tipificado como infracción penal, deberá imponerle una o más de las medidas socioeducativas, observando, en todos los casos, el principio de proporcionalidad contemplado, según la siguiente distinción.

1. Para los casos de contravenciones se aplicará obligatoriamente la medida de amonestación y una o más de las siguientes medidas:

a) Amonestación e imposición de reglas de conducta, de uno a tres meses,
b) Orientación y apoyo familiar; de uno a tres meses,
c) Servicios a la comunidad, de siete días a un mes; y
d) internamiento domiciliario, de siete días a tres meses (Carrillo, 2017).

2. Para los casos de infracciones que en la legislación penal ordinaria son sancionadas con prisión, se aplicara obligatoriamente la medida de amonestación y una o más de las siguientes medidas:

a) Amonestación e imposición de reglas de conducta de uno a seis meses;
b) Orientación y apoyo familiar, de tres a seis meses,
c) Servicios a la comunidad; de uno a seis meses,
d) Libertad asistida, de tres meses a un año;
e) Internamiento domiciliario, de tres meses a un año
f) Internamiento de fin de semana, de uno a seis meses
g) Internamiento con régimen de semi libertad, de tres meses a dos años; (Carrillo, 2017).

3. Para los casos de infracciones que en la legislación penal ordinarias son sancionadas con reclusión, se aplicará obligatoriamente las medidas de amonestación y una o más de las siguientes medidas:

a) Libertad asistida hasta por 12 meses,
b) Internamiento con régimen de semi libertad hasta por 24 meses, y,
c) Internamiento institucional, hasta por cuatro años. (Carrillo, 2017).

Los adolescentes, cuya medida de internamiento institucional exceda de 24 meses, tienen derecho a beneficiarse de la rebaja de tiempo por buen comportamiento, de modo que cada día del cual se pueda certificar su buen comportamiento y aprovechamiento en el estudio, en la capacitación laboral y en el trabajo, se cuente como dos.

Esta calificación deberá suscribirse por el Director y el Secretario del Equipo Técnico del centro de internamiento, y será remitida al juez cada mes"

En la proporcionalidad está la medida socio-educativa aplicada y la infracción atribuida al menor, la que tiene que ser considerada para determinar la sanción que tiene que recibir el infractor, siempre en beneficio a los intereses de los menores.
En los casos de infracciones que en la legislación penal ordinaria son sancionadas con prisión, tiene que aplicarse obligatoriamente la medida de amonestación y una o más de las medidas establecidas para ello, todas ellas en beneficio real el menor infractor, como libertad asistida, internamiento domiciliario, internamiento de fin de semana, internamiento con régimen de semi libertad.

Cuando las infracciones que en la legislación penal ordinaria son sancionadas con reclusión, tiene que aplicarse con obligatoriedad la medida de amonestación y una o más de las establecidas en el Código de la Niñez y la Adolescencia, como: libertad asistida, internamiento con régimen de semi libertad y el internado institucional hasta por cuatro años, además tienen derecho a beneficiarse de la rebaja de tiempo por buen comportamiento.

Estas medidas son demasiadas contemplativas, ya que no fueron elaboradas pensando en la sociedad toda que es la perjudicada, sino solamente en un grupo de personas que con o sin razón delinquen por el simple de hecho de no sentirse a gusto con su realidad, por rebeldía o por el motivo que ellos crean necesario.

Con esto se ha conseguido que se llegue a incrementar la cantidad de actos delictivos a las normas penales por parte de los menores, ya que al saberse protegidos y con unas sanciones que son hasta placenteras, su comportamiento no va a mejorar peor a cambiar que es que se supone se pretende lograr con estas medidas socio-educativas.

3.3 SEGURIDAD CIUDADANA Y DELINCUENCIA JUVENIL

En la legislación ecuatoriana además de la intención de armonizar la legislación interna con los compromisos internacionales, la creación de un nuevo sistema de responsabilidad penal adolescente pretendía también dar una respuesta a aquellas voces que abogan por una mejor seguridad ciudadana, lo que en el proyecto de ley se traducía en la responsabilidad de los jóvenes infractores de la ley penal. (Carrillo, 2017).

Este fin, legítimo e incluso deseable dentro de cualquier sociedad, debía articularse de manera armónica con los ideales resocializadores de la ley, lo cual requería extremo cuidado en el diseño del sistema y considerar, por ejemplo, ciertas particularidades del fenómeno de la delincuencia en jóvenes, para poder elaborar una respuesta eficiente, que mejore los niveles de seguridad ciudadana sin minar los derechos y garantías fundamentales de los/as jóvenes. (Herrera, 2017).

Para el óptimo cumplimiento de este objetivo resulta fundamental considerar las diversas formas de desarrollo del comportamiento delictivo juvenil, diferenciando aquellas conductas que son de carácter episódico y que responden al período vital de la adolescencia, de otras asociadas a una multiplicidad de factores propios de la situación social y personal de los/as jóvenes, que van más allá de la edad y que pueden vincularse con elementos de un carácter más estructural, con entidad para provocar una mayor persistencia en el desarrollo de conductas infractoras. (Carrillo, 2017).

Sólo de esta forma el sistema puede dar una respuesta adecuada apropiada para cada caso, acorde a sus características particulares. Sin lugar a dudas, la delincuencia juvenil es uno de los fenómenos sociales más importantes que nuestras sociedades tienen planteados, y es uno de los problemas criminológicos internacionalmente preferidos desde el siglo pasado, pues, las manifestaciones de la conducta que llaman socialmente la atención de forma negativa pueden observarse, por lo general, mejor entre los jóvenes que en la población adulta. (Carrillo, 2017).

Además, es importante tratar la delincuencia juvenil de hoy como posible delincuencia adulta de mañana. La delincuencia juvenil es un fenómeno de ámbito mundial, pues se extiende desde los rincones más alejados de la ciudad industrializada hasta los suburbios de las grandes ciudades, desde las familias ricas o acomodadas hasta las más pobres, es un problema que se da en todas las capas sociales y en cualquier rincón de nuestra civilización. (Herrera, 2017).

Definir lo que constituye delincuencia juvenil resulta ciertamente problemático. Mientras en algunos países la delincuencia juvenil es una calificación que se obtiene de aplicar definiciones del Código Penal cuando esas infracciones son cometidas por menores de edad, en otros, la delincuencia juvenil incluye una gran variedad de actos en adición a los que se encuentran enumerados en sus leyes de fondo.

De tal suerte, las figuras estadísticas de ciertos países se encuentran artificialmente abultadas en lo que respecta a la delincuencia juvenil, mientras que en otros no reflejan esas figuras, sino un limitado número de conductas desviadas. (Herrera, 2017).

Para comprender el interés por el análisis y la búsqueda de soluciones para la delincuencia juvenil, es necesario ubicar este fenómeno dentro de la problemática de la sociedad actual. La estructura social en que les ha tocado vivir a los niños y jóvenes de hoy, está caracterizada por una complejidad cada vez mayor, donde la búsqueda de soluciones no depende ni de fórmulas tradicionales, ni de líderes carismáticos.

Técnicamente, el delincuente juvenil es aquella persona que no posee la mayoría de edad penal y que comete un hecho que está castigado por las leyes. La delincuencia juvenil se ubica, por lo menos en América Latina, dentro de un contexto social caracterizado por grupos de niños y adolescentes ubicados dentro de niveles de miseria o pobreza, desempleo, narcotráfico, concentración urbana, baja escolaridad o analfabetismo, agresiones sexuales y desintegración familiar. (Carrillo, 2017).

A estos grupos sociales se les ha negado todos los derechos humanos, tales como el derecho a la vida, la salud, la educación, la vivienda, en fin, el derecho al desarrollo. Ante todo, siempre se ha considerado que la delincuencia es un fenómeno específico y agudo de desviación e inadaptación.

En este sentido, se ha dicho que delincuencia es la conducta resultante del fracaso del individuo en adaptarse a las demandas de la sociedad en que vive, definición que realmente significa todo y nada, en cuanto cabe preguntarse si se refiere a todas las demandas y, si a unas cuantas, cuáles, y si realmente puede esperarse que toda persona, sea menor o adulta, se adapte, sin más, a las demandas de una sociedad dada. (Herrera, 2017).

Sumado a este contexto, hay que agregar que la sociedad actual se caracteriza por un debilitamiento de los sistemas tradicionales de apoyo para el desarrollo de la niñez y de la adolescencia. Se menciona, como medios de apoyo que con los cambios sociales, se han debilitado como para dar una respuesta efectiva al desarrollo de la niñez y de los adolescentes. En primer lugar tenemos que mencionar a la familia. Los medios de comunicación, sobre todo la televisión, han suprimido la jerarquía y hegemonía que la familia tenía como formadora de costumbres sociales. (Herrera, 2017).

4. ANÁLISIS

La protección que necesitan los menores es necesaria, pero es también necesaria la protección de la sociedad, no se debe ni puede permitir que se cometan delitos como los asesinatos y homicidios por parte de los adolescentes, que entran y salen de los centros de reclusión con mucha facilidad, por lo cual se debería enmendar este error y sancionar como tiene que ser este delito con rigor, para precautelar la vida tanto del adolescente como de la sociedad en general.

Estar atentos a las sanciones que reciben los menores que han cometido infracciones a la ley penal y se ha demostrado su culpabilidad. Es necesario realizar reformas al Código de la Niñez y Adolescencia en lo que respecta a los menores comprendidos entre los 16 y 18 años de edad que cometan delitos de homicidio y asesinato, con el fin de que se los pueda sancionar de acuerdo al Código Orgánico Integral Penal.

5. CONCLUSIONES

Se concluye con el criterio doctrinal la necesidad de reformas legales para imputar y responsabilizar penalmente, a los menores comprendidos entre los 14 y 18 años de edad, porque nuestras leyes están facilitando la delincuencia juvenil.

Se concluye que si hay implicancia ente inimputalidad y responsabilidad penales porque se relacionan. El inimputable no es responsable penal, mientras que el imputable si es responsable de las infracciones penales.

Tanto la doctrina como el más alto porcentaje de investigación concluyen en la necesidad de realizar un análisis jurídico de la legislación ecuatoriana que trata de la responsabilidad del adolescente infractor para combatir la delincuencia juvenil y la proliferación de bandas y pandillas juveniles que azotan y perturban la convivencia social de las grandes urbes.

En relación a lo investigado se concluye que la legislación ecuatoriana debe analizar específicamente el Código de la Niñez y Adolescencia porque allí se libra de responsabilidad a los menores infractores.

Se establece que los menores comprendidos entre los 14 y 18 años de edad, están suficientemente desarrollados en todos los aspectos, por lo que están en capacidad de discernir entre el bien y el mal para identificar lo que es delito. La protección que necesitan los menores es necesaria, pero es también necesaria la protección de la sociedad, no se debe ni puede permitir que se cometan delitos como los asesinatos y homicidios por parte de los adolescentes, que entran y salen de los centros de reclusión con mucha facilidad, por lo cual se debería enmendar este error y sancionar como tiene que ser este delito con rigor, para precautelar la vida tanto del adolescente como de la sociedad en general.
Estar atentos a las sanciones que reciben los menores que han cometido infracciones a la ley penal y se ha demostrado su culpabilidad. Es necesario realizar reformas al Código de la Niñez y Adolescencia en lo que respecta a los menores comprendidos entre los 16 y 18 años de edad que cometan delitos de homicidio y asesinato, con el fin de que se los pueda sancionar de acuerdo al Código Orgánico Integral Penal.

6. REFERENCIAS

Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (6ta. ed.). 2012: Editorial Episteme.

Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: Editorial Patria.

Cabanellas, G. (2014). *Diccionario Jurídico Elemental.* Buenos Aires- Argentina.

Carrillo, J. (2017). *Inimputabilidad de los menores una oportunidad para cometer delitos.*

Estado, F. G. (2019). *Informe de Evolución De delitos (2019).* Quito.

Estramiana, Á. (2016). *Fundamentos sociales del comportamiento.* Barcelona-España: Ed.UOC.

Hernández Sampieri, R. (2016). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). (E. M. Hill, Ed.) México D.F., México, México: Editorial MC Graw Hill.

Herrera, J. (2017). *Violencia Intrafamiliar: tipologías y causas de la Violencia Intrafamiliar.* México: Editorial Leyer.

Lorenz. (2016). *Biología del comportamiento: raíces instintivas de la agresión, el miedo y la libertad.* Buenos Aires- Argentina: Ed.PP.

Ramos, J. (2015). *Manual sobre violencia familiar y sexual.* Ed.LIMUSA.

Revista Ekos. (14 de Junio de 2016). *Revista Ekos*. Obtenido de TOP 5 ASEGURADORAS DEL ECUADOR: http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=7833

Robbins, S. (2015). *Comportamiento Organizacional.* México.

Trabajo, O. I. (2003). *Declaración Universal de los Derechos Humanos.* OIT.

UNESCO. (2018). *Estrategia de la UNESCO sobre la educación para la salud y el bienestar.*

010. LA NEGOCIACIÓN BILATERAL COMO MECANISMO DE ACUERDO DE PAZ: CASO GUERRA DEL CENEPA.

Autores:

Lcda. Karem González Palma. Mgs.
Directora de Vinculación con la Sociedad
Docente Relaciones Internacionales
Facultad de Derecho y Gobernabilidad
Universidad ECOTEC
kgonzalez@ecotec.edu.ec

Econ. Viviana Henriques Aguilera Mgs.
Docente Relaciones Internacionales
Facultad de Derecho y Gobernabilidad
Universidad ECOTEC
vhenriques@ecotec.edu.ec

RESUMEN:
El presente artículo tiene como objetivo, exponer los diferentes medios para la resolución de conflictos, destacando el uso de los pacífico-diplomático y jurídicos. Para ello, se ha tomado como caso de estudio, el conflicto de Ecuador y Perú, suceso histórico en Latinoamérica que desencadenó varios conflictos bélicos territoriales, entre ellos, la Guerra del Cenepa. El Derecho Internacional manifiesta que la guerra, no puede ser el camino para lograr la paz. Por este motivo, el estudio permite conocer la línea de mecanismos pacíficos y diplomáticos a utilizar para lograr un acuerdo de paz que perdure, evitando batallas y logrando el desarrollo de naciones a través de acuerdos de cooperación**.**

PALABRAS CLAVES: paz, diplomacia, relaciones internacionales, derecho internacional

ABSTRACT:

This article has the main purpose of present different conflict solutions, while highlighting the use of pacific-diplomatic and egal forms. For that, we selected as a specific case, Ecuador and Peru´s conflict, historical event in Latin America that unleashed several territorial conflicts and wars. The science of International Law mentions that the war can not be a way to get peace. For that reason, this investigation lets the public know about the pacific and diplomatic mechanism used to set a peace agreement, avoiding battles and achieving goals through cooperation.

KEY WORDS: peace, diplomacy, international relations, international law

I. INTRODUCCIÓN

El conflicto territorial Ecuador – Perú por la franja del Alto Amazonas, enmarcado en el contexto de las luchas fronterizas postcoloniales de América del Sur, ha seguido un camino no exento de dificultades hasta su solución, hasta la actualidad definitiva, a raíz del Protocolo de Río de Janeiro, celebrado entre Argentina, Brasil, Chile y Estados Unidos y firmado el 23 de octubre de 1998.

El primer conflicto armado, tiene como origen la denominada Batalla de Zarumilla[142] en 1941, donde los estados de Ecuador y Perú inician una larga disputa territorial por violentar la soberanía estatal entre ambos países. Como consecuencia, Ecuador y Perú se han visto enfrentados en la Guerra de Paquisha en 1981, momento en el cual la historia declara como victorioso al estado de Perú; y posteriormente, la Guerra del Cenepa en 1995, que se destaca por revelar dos momentos de interés nacional: la victoria de las fuerzas armadas ecuatorianas, pero con una negociación diplomática a favor de Perú. A ello, se suman otros enfrentamientos de menor escala, como los acaecidos en los años: 1978, 1984, 1991, 1998, momentos de enfrentamientos oportunamente controlados por ambos gobiernos, destacando la búsqueda de una resolución pacífica ante todo conflicto armado.

En la actualidad, el Derecho Internacional contemporáneo, manifiesta que la guerra no puede ser el camino para lograr la paz. Lo cual se acoge en el desarrollo de este estudio, bajo el argumento que, durante el conflicto territorial, se identifican un mayor número de acuerdos y tratados firmados para alcanzar la paz, que el número de conflictos armados ejecutados entre ambos países limítrofes.

Por lo expuesto, se realizará un análisis a la negociación bilateral mantenida entre ambos estados, destacando los diferentes mecanismos establecidos para lograr un acuerdo de paz perdurable, como el establecido entre Ecuador y Perú, que celebra actualmente 20 años de suscripción.

II. MÉTODOS

La presente investigación es de tipo cualitativa, tomando de referencia un análisis descriptivo de las estrategias de negociación, normativas, protocolos y planificación implementadas para la integración y paz de los países fronterizos de Ecuador y Perú, para lograr el acuerdo de paz.

Adicionalmente, se determinarán los mecanismos de diplomacia y relaciones internacionales, implementados durante el proceso de integración y paz entre Ecuador y Perú, establecidos desde la Guerra del Cenepa en 1995 hasta Protocolo de Río de Janeiro, celebrado entre Argentina, Brasil, Chile y Estados Unidos en 1998.

---

[142] La Batalla de Zarumilla se considera una guerra no declarada, debido a que existió el conflicto militar entre ambos países, sin embargo, no se emitió una declaración de guerra formal por alguno de los involucrados.

El análisis de las negociaciones bilaterales y los encuentros diplomáticos que han mantenido ambos países focalizará la investigación en lograr la identificación de las acciones mantenidas dentro del modelo de negociación bilateral que mantuvieron ambas administraciones estatales.

Una vez realizado el análisis legislativo, histórico e identificado las diversas gestiones de la diplomacia y negociación internacional del periodo conflictivo armado de 1995-1998 entre Ecuador y Perú, se establecerán los diferentes mecanismos de negociación internacional amparados por el Derecho Internacional.

La técnica implementada es el análisis de documentos históricos, escritos, audiovisuales, así como una exhaustiva revisión bibliográfica, acompañada por la revisión de artículos científicos de procedencia ecuatoriana y peruana.

III. LAS RELACIONES INTERNACIONALES Y DIPLOMACIA COMO MECANISMO DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

En la Carta de las Naciones Unidas, se detallan algunos de los procedimientos para la "*solución pacífica"* de controversias, dentro de la cual, se menciona en su artículo uno, numeral uno: *"(…) "Mantener la paz y la seguridad internacionales, y con tal fin: tomar medidas colectivas eficaces para prevenir y eliminar amenazas a la paz, y para suprimir actos de agresión u otros quebrantamientos de la paz; y lograr por medios pacíficos, y de conformidad con los principios de la justicia y del derecho internacional, el ajuste o arreglo de controversias o situaciones internacionales susceptibles de conducir a quebrantamientos de la paz".* De igual manera, en su artículo segundo, numeral tres, hace referencia " *(…) Los Miembros de la Organización arreglarán sus controversias internacionales por medios pacíficos de tal manera que no se pongan en peligro ni la paz y la seguridad internacionales ni la justicia";* y en su artículo segundo, numeral cuatro, menciona que: *"Los Miembros de la Organización, en sus relaciones internacionales, se abstendrán de recurrir a la amenaza o al uso de la fuerza contra la integridad territorial o la independencia política de cualquier Estado, o en cualquier otra forma incompatible con los Propósitos de las Naciones Unidas".* (Naciones Unidas, 1945)

Por lo expuesto, podemos ver que el mencionado instrumento internacional, en sus artículos hace referencia a puntos importantes dentro del contexto de las relaciones internacionales, la diplomacia, la evasión de todo tipo de conflicto que amenace la paz y el respeto a la soberanía territorial.

Asimismo, podemos hacer referencia a la Carta de la Organización de los Estados Americanos – OEA, en su literal b del artículo segundo, el cual establece que se buscará: *"Promover y consolidar la democracia representativa dentro del respeto al principio de no intervención* "; al igual que en los literales b, f y g del artículo tercero, el cual menciona que: "El orden internacional está esencialmente constituido por el respeto a la personalidad, soberanía e independencia de los Estados y por el fiel cumplimiento de las obligaciones emanadas de los tratados y de otras

fuentes del derecho internacional", resaltando el respeto a la soberanía territorial y el respeto a los acuerdos y tratados establecidos entre estados. El siguiente literal f menciona: *"La eliminación de la pobreza crítica es parte esencial de la promoción y consolidación de la democracia representativa y constituye responsabilidad común y compartida de los Estados Americanos"* y que en literal g: *"Los Estados americanos condenan la guerra de agresión: la victoria no da derechos".* (OEA, 1948)

Según lo dispuesto en los Convenios de Ginebra de 1949, un conflicto armado internacional implica la participación de al menos dos altas Partes Contratantes (CICR, 1949). En otras palabras, un estado internacionalmente reconocido decide emplear la fuerza armada contra otro. Un conflicto armado internacional puede llegar a implicar a más de dos estados y también es considerado como tal, aunque alguno de los estados no reconozca el gobierno de otro de los implicados o si *"niega la existencia de un estado de guerra*". (Derechos Humanos, 1977).

El Tribunal Penal Internacional para la ex Yugoslavia estableció la definición que ha sido adoptada por la mayoría de organismos internacionales: "*Existe conflicto armado cuando se recurre a la fuerza armada entre estados*".[143] (ICTY, 1994-2017). En el estudio del conflicto Ecuador-Perú, encontramos varios momentos que se acogen a las definiciones de conflictos armados, al ser estos batallas y guerras entre estados. Luego de la independencia de Ecuador y tras no llegar a una resolución pacífica, aparecen en escena los conflictos armados entre ambos países.

Lo expuesto, constituye una base jurídica, relacionada estrechamente con el Derecho Internacional, encargada del establecimiento y mantenimiento de un estándar normativo mínimo dedicado al fortalecimiento de la paz, armonía y orden mundial. En este estudio, se relaciona con los mecanismos utilizados para la obtención de la paz durante el proceso de una guerra territorial de países limítrofes. La práctica internacional menciona dos tipos de medios de solución de conflictos: los medios pacíficos, donde se establecen los diplomáticos y jurídicos, en el caso ecuato-peruano, las negociaciones, tratados y acuerdos; y los violentos, en el caso Ecuador-Perú la confrontación de fuerzas armadas, conflictos armadas y guerras.

Las autoras Hernández y Manasía, establecen una clasificación sobre los medios pacíficos para la resolución de conflictos, esta tiene una división en dos categorías: los diplomáticos-políticos y los jurídicos. Esta primera categoría se divide en: negociación, buenos oficios, mediación, investigación y conciliación. Mientras, que los jurídicos se dividen en: arbitraje y arreglo Judicial. (Hernández & Manasía, 2005)

En cuanto los mecanismos diplomáticos-políticos de negociación, Verdross señaló: *"(…) las diferencias entre los Estados pueden resolverse por la vía diplomática, a través de las negociaciones directas entre las partes en conflicto sin injerencias de terceras potencias. La negociación es conocida como el acuerdo directo, por cuanto se trata de un contacto diplomático*

---

[143] El Tribunal Penal Internacional para la ex-Yugoslavia fue la corte para los crímenes durante el conflicto en los Balcanes en la década de 1990. Durante su mandato, que duró de 1993 a 2017, cambió irreversiblemente el panorama del derecho internacional humanitario. (ICTY, 1994-2017)

(…) entre los sujetos partícipes del conflicto, ya sea a través de los propios Jefes de Estados, los Ministros de Relaciones Exteriores, Agentes revestido de plenos poderes para llevar a cabo el desarrollo de una negociación." (Hernández & Manasía, 2005)

Por otra parte, los mecanismos diplomáticos-políticos de buenos oficios, Rousseau (1966) menciona que son: "la acción amistosa de una tercera potencia que propone a los Estados en litigio un terreno de acuerdo y se esfuerza en llevarlos al mismo mediante una especie de discreta injerencia (…) La doctrina mayoritariamente aceptada señala que el buen oficiador no interviene en el problema, sino que actúa como un componedor amigable que acerca a las partes en disputas, con mira a que sean las mismas las que traten amigablemente de solucionar sus diferencias, por ello se habla de una intervención sutil". (Hernández & Manasía, 2005).

Mientras Brotons menciona que el mecanismo de la investigación es "un medio de solución es también conocido como *"comisión de investigación, encuesta o determinación de los hechos"* y la conciliación es *"un método no jurisdiccional que consiste en la instrucción imparcial por un órgano colegiado "comisión de conciliación" de todos los aspectos de la controversia a fin de formular una propuesta para su solución*" (Brotons, 1997). Para diferencias los términos, Hernández y Manasía mencionan que: *"(…) la conciliación se diferencia de la investigación por cuanto ésta presenta un informe a las partes el cual contiene sugerencias, recomendaciones sustanciales para arreglar el conflicto, mientras que en aquella el informe sólo aborda las cuestiones de hecho que rodean el problema sin pronunciarse sobre el derecho debatido ni la solución de la controversia."* (Hernández & Manasía, 2005)

Los medios pacíficos jurídicos, como se mencionó anteriormente, mantienen una clasificación de: arbitraje y arreglo judicial. Según Rousseau (1966): *"El arbitraje internacional tiene por objeto resolver los litigios entre los Estados, mediante jueces por ellos elegidos y sobre la base del respeto del derecho"* (Hernández & Manasía, 2005), mientras el arreglo judicial, menciona Brotons, *"es un procedimiento en virtud del cual las partes someten la solución de su controversia a un tribunal internacional, de carácter permanente, integrado por jueces independientes elegidos con antelación al nacimiento del litigio de acuerdo con reglas estatutarias, que actúan conforme a un procedimiento preestablecido y dicta sentencias obligatorias sobre la base del respeto del Derecho Internacional".* (Brotons, 1997)

IV. NEGOCIACIÓN BILATERAL ECUADOR Y PERÚ EN EL CASO: GUERRA DEL CENEPA

La negociación y sus instrumentos internacionales para la resolución de conflictos.

Si bien la historia de ambos países nos relata que el primer Protocolo de Río de Janeiro fue firmado en 1942, el mismo no cumplió con su objetivo principal. Posterior a su firma, los enfrentamientos armados, las batallas continuaron, hasta declarar la guerra al país vecino. Los diferentes protocolos y tratados previo al Protocolo de Río de Janeiro de 1998 no brindaron una

resolución definitiva al conflicto territorial debido los vacíos que mantenía el documento en ciertos puntos geográficos.

En este punto de la historia, se utilizó un mecanismo de resolución de conciliación, debido a que se firmó un protocolo de acuerdo de paz y el mismo fue firmado por Ecuador y Perú, pero para llegar a su resolución, intervinieron países como Argentina, Brasil, Chile y Estados Unidos, bajo el rol de garantes y observadores.

A mediados del año 1994, se suscitaron nuevos hallazgos de traspasos fronterizos, estas ocurrieron cerca del río Cenepa, el destacamento de Coangos y la Cueva de los Tayos. Finalmente, se desenlaza un encuentro entra patrullas ecuatorianas y peruanas[144], lo que da inicio a la Guerra del Cenepa en enero de 1995. Entre el cruce de fuego entre ambos países, dio paso a las invasiones terrestres y aéreas. Este evento se lo considera un medio violento de resolución de resolución conflicto, que mantienen una prohibición acorde a lo manifestado en la Carta de las Naciones Unidas (1945).

El 17 de febrero de 1995, con la presencia de los países garantes, Argentina, Brasil, Chile y Estados Unidos, se suscribe la Declaración de Paz Itamaraty entre Ecuador y Perú. Se considera que este proceso fue fundamental para la solución del conflicto limítrofe e inició con el cese al fuego entre ambos países. Entre los puntos acordados para mantener la relación de paz, amistad y buena vecindad que manifiesta la Declaración en mención, se nombra: aceptar el ofrecimiento de países garantes con su misión de observadores, separar inmediata y simultáneamente las tropas de ambos países, solicitar a la misión de observadores internacionales un área desmilitarizada, iniciar conversaciones para los desacuerdos limítrofes y restablecer el clima de distención y amistad entre ambos países.[145] Este proceso se lo considera un mecanismo de solución diplomática de mediación por la intervención de países garantes que tuvieron una participación activa.

En este momento, se estableció la presencia de representantes extranjeros en la zona del conflicto, esta constituía una garantía de las partes en cumplir los compromisos asumidos por ellas en Brasilia en lo concerniente a la verificación del cese del fuego, la separación inmediata y simultánea de tropas, el establecimiento de una zona desmilitarizada y la desmovilización gradual y recíproca de fuerzas. (Carrión Mena, 2008). La más destacable, es el establecimiento del Military Observer Mission, Ecuador Perú – MOMEP. Este sería un resultado a los diferentes mecanismos de solución implementados, el MOMEP es la estancia que velará por las acciones de solución diplomática que se han acordado a lo largo de las negociaciones para el mantenimiento de paz.

---

[144] (…) En 1994, el hallazgo de una patrulla peruana en las cercanías al destacamento de Coangos en el mes de septiembre; en octubre, una patrulla peruana fue encontrada en las cercanías de la base de Cueva de los Tayos, y en otras dos ocasiones fueron halladas patrullas peruanas intentando llegar al Hito 20 de noviembre utilizando territorio ecuatoriano; finalmente, en noviembre, hubo un encuentro de patrullas ecuatoriana y peruana en las cercanías al hito 12 (Carrión 2008, 91).

[145] Se puede revisar la Declaración de Paz de Itamaraty en su totalidad, en el archivo histórico del Gobierno de Perú en la página web: http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/1999/exteriores/libro1/1volum/1.01.htm

Disyuntivas territoriales y concesiones en la negociación internacional.

En 1997, comienzan las conversaciones para la posterior firma en 1998 del denominado Acuerdo Global y Definitivo de Paz, instrumento que ratificaba el Protocolo de Río de Janeiro de 1942. Para llegar a ello, los representantes de los países garantes mantienen una intervención más activa en su rol de negociadores. Entre los temas a discutir se encontraba la aspiración ecuatoriana de contar con un acceso al Marañon-Amazonas. En la propuesta presentada por Ecuador, el corredor que proponía para la navegación por el Amazonas significaba un cambio en los límites del área, por lo que los garantes no estaban de acuerdo, en especial Brasil.

Adicionalmente, la historia no estaba de lado de Ecuador, *(…) la memoria de los garantes en torno al conflicto territorial Ecuador-Perú era más cercana a la de Perú que a la de Ecuador. Los garantes recordaban que el Ecuador se había encontrado muy lejos del Amazonas en la víspera de la guerra de 1941 y que dicho conflicto bélico había sido, en parte, provocado por Ecuador cuando instaló puestos militares en el margen occidental del Zarumilla. Los garantes, en otras palabras, negaban que el Ecuador tuviera derechos amazónicos en la actualidad que mereciera una compensación territorial por usurpaciones anteriores. Sin embargo, los garantes creían que era importante satisfacer, en alguna medida, las sensibilidades ecuatorianas para lograr un acuerdo duradero."* (Espinosa, 1999)

Debido a la complejidad e inflexibilidad de ambas posiciones, las negociaciones se bloquearon. *"El Perú busco que la evaluación del desacuerdo sobre la frontera de la Cordillera del Cóndor tuviera como referencia el Fallo Días de Aguiar y el trabajo de la Comisión Mixta de demarcación de los años 40, lo que significaba negar de antemano la validez de la inejecutabilidad"* (Espinosa, 1999). Perú mantuvo la carta de la legalidad de los límites previamente establecidos, por otra parte, Ecuador aspiraba a un acceso soberano dado su alcance en los territorios limítrofes, obtenidos por su actuación durante la Guerra del Cenepa. Finalmente, a pesar de las tensiones internas en Ecuador, *"(…) los diplomáticos ecuatorianos accedieron a que el peritaje sobre la Cordillera del Cóndor se basara en el Fallo Días de Aguiar y aprobaron los hitos colocados en el sector sur de la Cordillera del Cóndor en los años 40. A cambio, se dejó a discreción de los peritos si evaluarían la tesis de la inejecutabilidad. De la misma manera, se confirmó el nuevo esquema del acceso comercial al Marañon-Amazonas."* (Espinosa, 1999)

Entre los resultados y concesiones más importantes para lograr el acuerdo de paz definitivo entre ambos países, se destacan los siguientes momentos que menciona el autor Carlos Espinosa*: "(1) Los diplomáticos revelaron que el Ecuador no había ejercido jurisdicción cerca del Amazonas y Marañon en toda su historia republicana. Asimismo, cuestionaron la simbólica cifra de los 200.000 km cuadrados. Según sus cálculos, las perdidas territoriales por el Protocolo de Rio habían sido muy limitadas. Tales revelaciones ponían en tela de duda, tanto los derechos históricos del país sobre territorios amazónicos, como la necesidad de una compensación territorial importante. (2) La comisión negó la validez de la tesis de la inejecutabilidad y confirmó, al pie de la letra, la línea del Fallo Días de Aguiar. La demarcación propuesta ratificaba los derechos del Perú sobre el Alto Cenepa con que los puestos militares ecuatorianos de Tiwintza,*

Base Sur y Cueva de los Tayos quedarían definitivamente en manos peruanas". (Espinosa, 1999).

En el tema del Tratado de Comercio y Navegación, el Perú había hecho dos concesiones importantes: la creación de dos zonas comerciales al servicio del Ecuador, y el acceso ecuatoriano no solo al Amazonas sino también al Marañon y sus afluentes. En el tema del Acuerdo de Integración Fronteriza, se había acordado la realización de múltiples proyectos de infraestructura. Finalmente, a principios de octubre en una reunión en Washington, Mahuad logró convencer a su homologo que concediera al Ecuador propiedad privada sobre Tiwintza a cambio de la aceptación del parecer referente a la Cordillera del Cóndor.

> *"Ante los ataques peruanos, la respuesta ecuatoriana fue poner en marcha una estrategia apoyada en dos elementos: el primero de ellos, el militar, mediante el cual se contrarrestó la ofensiva peruana de forma eficaz; y el segundo, fue el diplomático, que inició con el reconocimiento de la vigencia del Protocolo de Río de Janeiro, de tal modo que se apeló al concurso de los países garantes".* (Ayala Lasso, 2009)

Negociación bilateral para lograr un acuerdo de paz.

La renuncia a las aspiraciones territoriales, a cambio de un futuro de paz e integración, fue manejada hábilmente por los negociadores[146]. *"Ellos reconocieron que, si bien las mencionadas aspiraciones territoriales eran incompatibles con un acuerdo de paz realista, era indispensable procesarlas para poder desprenderse de ellas. El resultado fue una labor casi terapéutica a través de la cual el país se libró del trauma territorial y se adaptó a la realidad".* (Espinosa, 1999)

Las concesiones de ambos estados favorecían a los pueblos, se podía evitar nuevos conflictos armados entre naciones, se reduciría el gasto público y la inversión estatal para la guerra y finalmente ambas tropas retornarían a sus países. Sin embargo, para Ecuador, la decisión no era tan fácil, la Guerra del Cenepa significó una gran victoria para sus fuerzas armadas, los ecuatorianos esperaron observar esa victoria documentada y reflejada en los acuerdos de negociación posteriores. El proceso de paz entre Ecuador y Perú, que se inició después de la guerra de 1995, encerró una disyuntiva para el Ecuador, "*(…) a lo largo del proceso, el país debió escoger entre la fidelidad a sus aspiraciones territoriales en la zona del Marañon: un acuerdo de paz realista que cerraría la frontera en términos que dejarían insatisfechos dichos anhelos. Si el Ecuador se aferraba inflexiblemente a sus aspiraciones territoriales, volvería al status quo*[147]*. Firmar la paz, en cambio, significaba acceder a beneficios tangibles que incluían mayor seguridad externa, un aumento del comercio bilateral con el Perú y una reducción del gasto militar."* (Espinosa, 1999). Ecuador optó por firmar el acuerdo de paz, asegurar armonía estatal, trabajar en acuerdos de cooperación bilateral y aprovechar las concesiones del estado peruano con relación al comercio con Perú.

---

[146] Equipo de negociadores integrado por Edgar Terán, al canciller José Ayala Lasso, y al Presidente de la Republica Jamil Mahuad

[147] Persistencia de tensiones en la Cordillera del Cóndor

V. RESULTADOS DE LA NEGOCIACIÓN BILATERAL PARA EL ACUERDO DE PAZ ENTRE ECUADOR Y PERÚ EN EL CASO: GUERRA DEL CENEPA

Guariglia indica que la igualdad fronteriza, es el paso acordado por dos Estados en sus territorios fronterizos colindantes, a través de convenios o tratados determinados, que tiene por objeto atenuar su desarrollo sobre la base del beneficio vinculado o complementario de sus potencialidades, recursos, características y necesidades comunes, proceso que así conceptuado, generalmente constituye un componente central del progreso y fortalecimiento de la relación bilateral en su conjunto. (Guariglia, 2014).

El resultado del uso de los instrumentos internacionales fue la mediación necesaria que necesitaron ambos países para asegurar la paz y lograr mantenerla a lo largo de los años. Este logro se dio por la concesión diplomática de ambos estados, en algunos aspectos, menos tangibles que en otros, pero que conllevaba a la armonía zona limítrofe, acogiendo lo declarado en la Carta de las Naciones Unidas en su artículo 33 que manifiesta: *"Las partes en una controversia cuya continuación sea susceptible de poner en peligro el mantenimiento de la paz y la seguridad internacionales tratarán de buscarle solución, ante todo, mediante la negociación, la investigación, la mediación, la conciliación, el arbitraje, el arreglo judicial, el recurso a organismos o acuerdos regionales u otros medios pacíficos de su elección".* (Naciones Unidas, 1945)
Para lograr el cese al fuego y posteriormente la paz, ambos países tuvieron que recurrir a los diferentes mecanismos de negociación internacional para hacer perdurar el momento pacífico entre ambos estados. Luego de la Declaración de Paz de Itamaraty, se retoman conversaciones en ambos cuerpos estatales, mencionamos el encuentro en la capital de uno de los países garantes, Buenos Aires-Argentina fue sede para los Cancilleres de Perú y Ecuador. La reunión consistía en resolver los puntos de los impases recurriendo al Protocolo de Río de Janeiro. Durante el mismo año, se firmó el Acuerdo de Santiago, otro instrumento firmado, en otra de las capitales de los países garantes, Chile. No teniendo los resultados esperados, se reúnen en Brasilia, delegaciones de los dos países, con el objetivo de analizar a profundidad los impases a través de la creación de comisiones. Con ese objetivo, se firma la Declaración de Brasilia.

Es importante mencionar la coyuntura política de ambos países. En Perú, el ex Presidente, Alberto Fujimori, buscaba la reelección, la victoria sobre Ecuador le daría la imagen de líder necesaria para obtener los votos necesarios en las urnas. Por otra parte, en Ecuador, se celebraba nuevas elecciones presidenciales. El 10 de agosto de 1998, asume la presidencia de la república del Ecuador, el ex Presidente Jamil Mahuad. Entre sus primeras acciones, retoma las negociaciones con el vecino país. Sin embargo, el acercamiento para la resolución de este conflicto sería directo, se buscaba un encuentro presidencial, es así como, *"los Presidentes Mahuad y Fujimori invocan el artículo IV del Acuerdo de Santiago de 1996 donde se recalca lo siguiente, Los Países Garantes conforme con la responsabilidad que les impone su función de ayuda a la Partes, propondrán los procedimientos más adecuados para la solución definitiva de los puntos de desacuerdo que las partes no hayan logrado dirimir en forma directa (…) De este modo ambos Estados se comprometen a cumplir con el pronunciamiento y juicio que emitan los países garantes. Quince días posteriores a dicha carta, los países garantes emiten un Dictamen*

en el cual anexan los puntos por donde deben ser colocados los hitos para la delimitación de la zona inconclusa". (Valdiviezo Ojeda, 2016)

En este punto, interviene en la historia de la resolución de conflicto ecuato-peruano, los mecanismos diplomáticos-políticos de negociación, así como fueron mencionados anteriormente, estos conllevan la negociación directa entre las autoridades de ambos territorios. Perú ya había realizado concesiones importantes en el tema de fluvial y comercio, adicionalmente a la integración limítrofe. El punto por el que ambos no lograban un acuerdo era el territorio de Tiwintza, tierras reclamada por Perú como propias y, por otra parte, territorio conquistado por Ecuador como resultado de la victoria del Cenepa. Los Presidentes se reúnen en la capital de otro de sus países garantes, Washington-Estados Unidos, pro medio de los mecanismos diplomáticos-políticos de buenos oficios, donde intervinieron también los países garantes. Como resultado se informa que "*Perú dará como propiedad privada al Gobierno de Ecuador un área de un kilómetro cuadrado, punto conocido como Tiwintza. Siendo así, el día 26 de octubre de 1998 los Presidentes de Ecuador y Perú, juntamente con los Jefes de Estado de los Países Garantes, rubricaron el acta de Brasilia mediante la cual aceptaban que por el dictamen de los Países Garantes quedan resueltos los problemas entre Ecuador y Perú. Es así que se da fin a los problemas limítrofes entre ambos Estados*" (Valdiviezo Ojeda, 2016)

Hoy en día, la Constitución del Ecuador 2008, menciona en su capítulo I de los principios fundamentales, el artículo 5 que: "El Ecuador es un territorio de paz. No se permitirá el establecimiento de bases militares extranjeras ni de instalaciones extranjeras con propósitos militares. Se prohíbe ceder bases militares nacionales a fuerzas armadas o de seguridad extranjeras". (Constitución Ecuador, 2008). Encontramos a un estado comprometido con la paz, dado los acuerdos internacionales suscritos, pero priorizando también la protección de su soberanía estatal, recordando la prohibición de militancia extranjera en territorio.

Por otra parte, la Constitución del Perú, en referencia al estado de paz, menciona en su artículo 118, inciso 16 que le corresponde al Presidente de la República: "Declarar la guerra y firmar la paz, con autorización del Congreso". (Constitución Perú, 1993). Es importante mencionar, que la última Constitución del Perú fue celebrada en 1993, previo a la Guerra del Cenepa. Por ello, podemos considerar que no existen otros apartados que hagan referencia al estado de paz de este país.

Es importante destacar las acciones postguerra que se han evidenciado en las últimas dos décadas. Esta institucionalidad se puede ver reflejada en el acuerdo de ambos países por establecer la denominada Zona de Integración Fronteriza. Oliveros hace referencia al proyecto binacional manifestando que: *"La integración fronteriza entre Ecuador y Perú en las últimas décadas ha representado un ejemplo de construcción de paz y crecimiento que va mucho más allá del ámbito económico; estos países han logrado acoplarse e insertarse en un sistema andino que tiene por objeto plasmar tratados comunes donde sus bienes, capitales y personas circulen de una manera libre y adecuada entre ellos"* (Oliveros, 2002).

Estos instrumentos se acordaron con el objeto de que sea un mecanismo que *"impulse la integración y cooperación entre los dos países"* (Acta Presidencial, 1998), de esta manera se origina una hoja ruta de trabajo en conjunto alineada con el acto de la cooperación binacional, a lo que autores como Rhi-Sausi y Oddone, entienden "*como la alianza estratégica de los Estados que se encuentran en territorios contiguos para así reforzar los procesos de integración regional*". (Rhi-Sausi & Oddone, 2012)

VI. CONCLUSIONES

El término conflicto armado, es una alerta para la comunidad internacional. Esta significa una cadena de sucesos violentos, el más frecuente, la violación de los derechos humanos, por el número de vidas a la que estos hechos atentan. Estos sucesos, demandan al Derecho Internacional, a la búsqueda soluciones contra los desacuerdos y controversias a través de la diplomacia y las relaciones internacionales. Es por ello, que este trabajo muestra los diferentes medios pacíficos diplomáticos y su implementación en el caso del conflicto Ecuador – Perú, evitando un desencadenamiento de uso de medios violentos o coactivos como lo hicieron al iniciar la Guerra del Cenepa.

Dicha guerra, tuvo una representación dual para Ecuador y Perú, por una parte, el conflicto bélico se hizo presente en territorio, mientras la parte diplomática iniciaba conversaciones para lograr un acuerdo que favoreciera a ambas partes. Se logró concretar el apoyo de países garantes, desde el Protocolo de 1942, que llegó a quebrantarse en varias ocasiones acorde a la historia, pero que finalmente fue ratificado nuevamente en 1998.

En la actualidad, los conflictos y el uso de medios violentos para solucionar problemáticas es un denominador común en la comunidad internacional, podemos observar conflictos de todo tipo en todos los continentes, varios de ellos, con grandes afectaciones a los derechos humanos. Sin embargo, podemos mencionar, que luego del análisis realizado, la selección de Ecuador y Perú por respetar la paz territorial a través del uso de medios pacíficos y diplomáticos permitió la sostenibilidad del acuerdo en el territorio fronterizo. Muestra de ello, es el trabajo reflejado a través de Gabinetes Binacionales, cooperación para el desarrollo y fortalecimiento fronterizo consolidado en trabajo en conjunto en una agenda de desarrollo común bilateral.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Acta Presidencial, B. (1998). *REGISTRO OFICIAL Nº137.* Brasilia. Obtenido de http://planbinacional.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/1-acuerdo-de-paz.pdf
- Ayala Lasso, J. (2009). *Así se hanó la paz.* Quito: Banco de Guayaquil.
- Brotons, R. (1997). *Derecho Internacional.* Madrid: Mc Graw-Hill , S.A.
- Carrión Mena, F. (2008). *La paz por dentro.* Quito, Ecuador: DINEDICIONES.
- CICR, C. R. (1949). *Comité Internacional de la Cruz Roja*. Obtenido de https://www.icrc.org/es/document/los-convenios-de-ginebra-de-1949-y-sus-protocolos-adicionales
- Constitución Ecuador, 2. (2008). *Asamblea del Ecuador*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Constitución Perú, 1. (1993). *Congreso Perú*. Obtenido de http://www.congreso.gob.pe/Docs/files/documentos/constitucionparte1993-12-09-2017.pdf.
- Derechos Humanos, N. U. (08 de junio de 1977). *Oficina del Alto Comisionado de los Derechos Humanos*. Obtenido de https://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/ProtocolI.aspx
- Espinosa, C. (1999). La negociación como terapia: memoria, identidad y honor nacional. En A. Bonilla (Ed.), *Horizontes de la negociaci6n y el conflicto* (pág. 111). Quito: FLACSO Ecuador, DESCO Lima.
- Guariglia, A. (2014). La Integración Fronteriza en el proceso de planificación. *GTE DE INTEGRACIÓN Y FACILITACIÓN FRONTERIZA* (pág. 18). Buenos Aires: Ministerio de Planificación Federal Inverisón Pública y Servicios. Obtenido de http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/pfr_buenosaires14_anexo17_guariglia_argentina.pdf
- Hernández, L., & Manasía, N. (2005). Conflictos internacionales: Medios de solucuión y derecho internacional humanitario. *Frónesis*.
- ICTY, N. U. (1994-2017). *Tribunal Penal Internacional para ex Yugoslavia*. Obtenido de http://www.icty.org/
- Naciones Unidas, 1. (26 de junio de 1945). *Naciones Unidas*. Obtenido de https://www.un.org/es/sections/un-charter/chapter-i/index.html
- OEA, O. d. (1948). *Organización de los Estados Americanos*. Obtenido de http://www.oas.org/dil/esp/afrodescendientes_manual_formacion_lideres_anexos.pdf

- Oliveros, A. (2002). *El concepto de frontera en el contexto y en la perspectiva de la integración andina.* Banco de e Proyectos de Integración y Desarrollo Fronterizo de la CAN. Lima: Congreso de Perú. Obtenido de http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B61CA418017D473E05257BFF0069DFA7/$FILE/201147174834alberto_oliveros_fronteras.pdf
- Oyarzún Serrano, L. (2008). Sobre la naturaleza de la integración regional: teorías y. *Revista de ciencia política, 28*(2), 95-113. Obtenido de https://flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1266601405.integracion_regional.pdf
- Rhi-Sausi, & Oddone. (2012). Cooperación Transfronteriza e Integración: oportunidades para el desarrollo del Perú. *Tendencias*, 239-264. Obtenido de http://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/524 (visitada el 01 de diciembre de 2016)
- Valdiviezo Ojeda, C. D. (2016). El Conflicto Del Cenepa: Su Camino Hacia La Paz. *Humanas*. Obtenido de http://www.humanas.ufpr.br/portal/conjunturaglobal/files/2016/02/9-El-Conflicto-Del-Cenepa-Su-Camino-Hacia-La-Paz.pdf

001. LECTURA. ACTIVIDAD NECESARIA PARA LA ESCRITURA ACADÉMICA DE GÉNEROS DISCURSIVOS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autores:

Odalys Marrero Sánchez
Docente Titular
Universidad ECOTEC
Doctoranda Programa Comunicación Universidad Cádiz-España
omarrero@ecotec.edu.ec

Rachida Mohamed Amar
Dra. Profesora Departamento de Comunicación y Marketing, F.CC. Sociales y Comunicación Universidad de Cádiz.
Contacto: rachida.mohamed@uca.es

Jordi Xifra Triadú
Dr. Publicidad y RRPP. Universidad Pompeu Fabra.
Contacto: jordi.xifra@upf.ed

RESUMEN
En el ámbito de la enseñanza superior una de las actividades más requeridas, es la lectura, de ello, dependerá la escritura académica para la construcción del conocimiento por parte del estudiante. El presente artículo reflexiona acerca de la incidencia de la lectura en la escritura académica de géneros discursivos en la enseñanza superior. El trabajo metodológico fue realizado con estudiantes y docentes de las cinco facultades de la Universidad ECOTEC, para lo cual se utilizó un método estadístico de tipo descriptivo. El análisis obtenido de la investigación demostró la necesidad de potenciar la lectura y la escritura en los programas de las asignaturas, de modo, que ésta pueda incidir de manera positiva en la escritura académica. La lectura y la escritura son procesos interactivos y constructivos, pero a la vez interdependientes. La revisión de los programas de asignaturas evidencia la poca atención brindada a la lectoescritura por parte de los docentes en su planificación de contenidos.

Palabras Clave: Escritura académica, géneros discursivos, lectura.

READING. REQUIRED ACTIVITY FOR THE ACADEMIC WRITING OF DISCURSIVE GENRES IN HIGHER EDUCATION

ABSTRACT

In the field of higher education, one of the most required activity is reading, and academic writing will depend on the construction of knowledge by the student. This article reflects on the incidence of reading in the academic writing of discursive genres in higher education. The methodological work was carried out with students and teachers from the five faculties of the ECOTEC University, for which a statistical method of descriptive type was used. The analysis obtained from the research showed the need to promote reading in the programs of the

subjects, so that this can have a positive impact on the academic writing. Reading and writing are interactive and constructive processes, but at the same time interdependent. The revision of the subject programs evidences the little attention given to the reading and writing by the teachers in their content planning.

Key words: Academic writing, discursive genres, reading

INTRODUCCIÓN

El lenguaje está presente en todas las dimensiones del ser humano. Constituye un instrumento necesario para participar en las actividades académicas, negociar acuerdos y trabajar en colaboración con otros. Mediante el lenguaje reflexionamos sobre nuestro proceder y emociones; a través del lenguaje comprendemos e interpretamos la naturaleza; heredamos conocimientos de las generaciones anteriores y transmitimos a las venideras.

La universidad se define como una comunidad heterogénea, compuesta por grupos de personas con intereses profesionales muy diferentes y que conforman un complejo tejido de programas de estudio, carreras, una comunidad que se constituye en la práctica misma de sus propios dialectos y discursos altamente diferenciados.

El ingreso del estudiante de nivel secundario a la universidad supone una transformación a nuevas formas de estudio, de análisis para comprender, interpretar, organizar la información y el conocimiento. Necesita adentrarse en los lenguajes propios de la carrera elegida, lo que conlleva un repertorio de contenidos y prácticas discursivas construidas, que se traducen en diferentes modos de hablar, leer y escribir, y sin las cuales no podría lograr sus metas.

Tanto la lectura, como la escritura y la oralidad son manifestaciones concretas del lenguaje que atraviesan las prácticas discursivas de la cultura académica en la universidad; son fundamentales en la investigación, tesis de grado, artículos científicos. Necesariamente hay que leer para producir textos y en algunos casos exponer lo que se aprende. Se trata de leer, escribir y hablar.

En tal sentido, el docente debe ocuparse desde el ingreso y durante el transcurso del estudiante en las aulas, de la enseñanza de saberes y procesos específicos involucrados en la escritura de textos académicos. O sea, además de la enseñanza de contenidos disciplinares, debe ocuparse de generar acciones destinadas a que los estudiantes aprendan estrategias de producción escrita, su discriminación y autorregulación, con base en diferentes tipos de textos y situaciones comunicativas.

La siguiente investigación tiene como propósito reflexionar acerca de la importancia de la lectura como actividad necesaria para la escritura de géneros discursivos en la Educación Superior.

DESARROLLO

Lectura, escritura e investigación

Solé (1998) considera que, leer es un proceso de interacción entre el lector y el texto; en el que el primero intenta satisfacer los objetivos que guían su lectura a través de la información que recibe.

Ser un buen lector significa comprender los mensajes, decodificarlos. Por ello, es considerada la lectura como una capacidad importante para poder desarrollarse ante las demandas de la sociedad cada vez más exigente.

Leer te acerca a lo más lejano que exista; pues tienes la posibilidad de viajar y conocer el mundo que te rodea sin comprar un boleto de viaje. En palabras de Arnedo (2014, p.9), “la lectura supera el tiempo y el espacio”.

Leer y escribir guardan una estrecha relación. Se considera la lectura como el paso previo a la escritura. Leer significa abrir las puertas de la expresión tanto oral como escrita; significa compartir criterios, emociones y experiencias.

Carlino, (2005, p. 25) reflexiona acerca de que es que es necesario considerar la lectura y la escritura a lo ancho y a lo largo de la formación superior por varias razones; en primer lugar, es imprescindible aprender los contenidos de cada materia en una tarea doble, es decir, apropiarse de su sistema conceptual –metodológico y también de sus prácticas discursivas, ya que una “disciplina es un espacio discursivo y retórico, tanto como conceptual”. Bogel, Hjortshoj (1984, p.12)

El desarrollo de competencias investigativas implica saber utilizar el conocimiento en forma adecuada, afianzando habilidades para observar, preguntar, argumentar, sistematizar, a fin de crear o gestionar el conocimiento, sobre la base del interés, la motivación hacia la investigación, el desarrollo de sus capacidades y la realización personal del estudiante.

Rojas, define la investigación «como un proceso de construcción de conocimiento, de indagación, de interrogación requiere, así mismo, la construcción de sujetos que indaguen y se interroguen, que se expongan y se arriesguen en esa irracionalidad insegura que es la ciencia. En el caso del estudiante universitario, la cultura de la investigación es una necesidad prioritaria para adquirir conocimiento de todos los saberes que desconoce con respecto al problema y a la formulación de hipótesis para llegar a las conclusiones precisas y darles solución» (2005, p. 86).

Investigar es un proceso que se puede aprender y que se mejora cada vez que se realiza indagación científica. No se requiere un don particular sino un trabajo sistemático que permita desarrollar ciertas competencias y habilidades, muchas de las cuales tienen un estrecho vínculo con la lectura y escritura de textos académicos.

La lectura y la escritura van de la mano; ambas constituyen la clave principal para adquirir y asimilar conocimientos. Practicarlas como parte del proceso de investigación da la preparación inmediata, mediata o a largo plazo para producir escritos, “puesto que el intelectual es sencillamente un ser humano que cuando lee un libro tiene un lápiz en la mano” Steiner, (1998, p.27) citado en Fernández y Ramírez (2011, p.25).

La lectura es esencial para formar investigadores y el lector que se desarrolla en este ámbito requiere cierta competencia que le posibilite realizar un trabajo con responsabilidad, debido a que es una actividad donde se formulan hipótesis, se hacen análisis y síntesis, se describen hechos y algo muy importante se reflexiona acerca de los conocimientos adquiridos y éstas operaciones se realizan desde la observación y la información que se lee.

En tal sentido, una lectura eficiente permite: localizar y conocer nuevos aportes sobre un tema determinado, comparar y discernir los discursos de intelectuales respecto del tema relacionado con el objeto de estudio; distinguir diferentes tipos de textos y diferentes formas

de discurso; reconocer la lógica estructural y de contenido de un texto; fundamentar o cuestionar afirmaciones, interrogantes y negaciones; identificar la información incluida en fórmulas gráficas, diagramas, cuadros sinópticos, etcétera; identificar ideas principales y secundarias; reconocer la información relevante y adecuada que apoye a la investigación. (Fernández y Ramírez, 2011, p. 24)

Un buen lector debe contar con un amplio bagaje de estrategias y las debe aplicar de acuerdo a la situación, a la tarea y al texto. Los docentes deben aplicar programas de intervención que permitan el desarrollo de estrategias metacognitivas que faciliten a los estudiantes tomar conciencia de la importancia de este proceso para la escritura y la investigación.

Alfabetización académica y géneros discursivos

La alfabetización constituye un proceso que tiene un comienzo en la vida de las personas, pero continúa al largo del ciclo vital. En esa primera etapa de aprendizaje se obtienen los conocimientos básicos de la lengua tanto oral como escrito que facilitan la comunicación.
Sin embargo, en la medida que se avanza en los estudios hasta llegar a la enseñanza superior las exigencias son mayores, específicamente en la producción de textos académicos de diferentes disciplinas.

En palabras de Carlino (2013, p.370) alfabetizar académicamente significa ayudar a participar en prácticas discursivas contextualizadas; se trata de un quehacer educativo e investigación didáctica que faciliten el trabajo textual y acciones retóricas realizadas por los estudiantes. Escribir académicamente es una práctica letrada estrechamente vinculada con las características del área del saber en la cual se desarrolla y con las formas de escritura propias de dicha área.

En tal sentido, un texto académico debe convencer al lector a través de argumentos veraces referente al objeto de estudio de que se trate.

Rodríguez y García (2015) enuncian cinco características claves del texto académico:

a. Incorpora las voces de documentos anteriores con los que se interactúa (dar respuesta, refutar, coincidir), y del mismo modo, se prepara para ser contestado por otros textos que aparecerán sobre este tópico. Al escribir académicamente nos convertimos no solo en autores de nuestro texto sino también reconocemos a otros quiénes anteceden o suceden en nuestra aportación.

b. Exige la presentación de una voz propia sustentada en la teoría y datos empíricos que requiere de la transformación del conocimiento, es decir, no basta con plasmar la información recopilada y referida por otros autores, sino, también se debe generar una propuesta donde éste profundice en el tema y posibilite al lector un conocimiento amplio e innovador.

c. Debe hacer uso de la intertextualidad Teberosky (2007) que se refiere a la lectura y compresión de textos ajenos para reformular uno nuevo utilizando citas textuales o parafraseadas.

d. El texto académico no es resultado de una sola etapa de construcción, exige varias revisiones y en este sentido debe evidenciar un el resultado de un proceso de recursividad de la escritura que consiste en ampliar, reelaborar y transformar en un nuevo discurso, que a su vez servirá de fuente a otros discursos.

e. Es el producto de un proceso de prosa del escritor donde éste ordena y planifica sus ideas sobre un tema determinado hasta convertirse en prosa del lector pues la escritura va dirigida a un público y para ello debe lograr este propósito.

El texto académico como género discursivo

Las distintas esferas de la actividad humana están relacionadas con el uso del lenguaje, tanto en su forma oral como escrita**.**

Los géneros discursivos se conciben como el resultado de la propia acción humana, expresada mediante el lenguaje verbal, ante contextos y situaciones sociales que son, a la vez recurrentes y cambiantes. Bajtín (1979, p.248)

Los géneros primarios o también llamados simples aluden al habla espontánea, cotidiana, es decir, serían ciertos diálogos orales, de salón y familiares (Bajtín, 1979, p.251); mientras los géneros secundarios se constituyen sobre la base de los primarios o simples.

Según Parodi (2008, p. 20) deben considerarse en una concepción multidimensional compuestos por tres ejes fundamentales: dimensión cognitiva, la dimensión social y dimensión lingüística, donde ésta última ejerce un rol sinérgico entre las restantes.

En lo que respecta a la dimensión cognitiva el ser humano ocupa el rol más importante como sujeto hablante/escritor y oyente/lector dentro de un proceso de comunicación dinámico y participativo. Éste sujeto es quien construye en su mente el género discursivo a partir de contextos y situaciones sociales específicas mediadas a través de la dimensión lingüística con otras personas.

Para este autor, el contexto del género discursivo descansa sobre el conocimiento que tienen las personas y su memoria de sucesos previos vividos.

La siguiente tabla muestra los criterios a tener en cuenta para la selección de los diferentes géneros discursivos en correspondencia con las variables. Parodi (2008a, pp. 45-51)

Tabla 1. Criterios para la selección de géneros discursivos

Criterio	Características
Macropropósito comunicativo	Se refiere al objetivo u objetivos (macropropósitos) que persigue el evento comunicativo. Pueden ser: instruir, consignar, regular, persuadir, guiar, invitar, constatar u ofrecer.
Modo organización del discurso	Corresponde con los enunciados que expresan diferentes formas de organizar un discurso y en función de ellos se estructuran sus contenidos. Pueden ser descriptivo, narrativo y argumentativo.
Relación entre los participantes	Se refiere al intercambio comunicativo que se establece entre escritores y lectores de una determinada comunidad discursiva, la cual va a

	estar dada por el grado de experticia de sus participantes. Se establecen los roles siguientes: escritor experto y lector experto (grado de experticia alto); lector semilego (grado de experticia intermedio) y lector lego(menor grado de experticia)
Contexto ideal de circulación	Da cuenta del ámbito en que es empleado el género. Se clasifican en: pedagógico, laboral, científico y universal.
Modalidad	Corresponde al modo en que se construye el mensaje para darle sentido al mismo: verbal, oral, escrito y no verbal (gráficos, señales, tablas, esquemas, imágenes. Cuando predomina un modo es Monomodal; si se combinan varios es Multimodal.

Fuente. Elaboración propia tomada de Parodi (2008a, pp. 45-51).

Parodi (2008b) clasifica los géneros discursivos (pp. 53-66) en:
Artículo de investigación científica: Género discursivo cuyo propósito comunicativo es persuadir respecto de un determinado punto de vista, asumido en una revisión teórica o respecto de los resultados obtenidos en un estudio empírico. Idealmente, su contexto de circulación es el ámbito científico y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector experto. Preferentemente, se hace uso de un modo de organización discursiva, predominantemente, argumentativo y con apoyo de recursos multimodales.

Conferencia: Género discursivo que tiene como propósito persuadir en el marco de una relación que puede configurarse entre escritor experto y lector experto o semilego en un ámbito científico. Preferentemente, se hace uso de un modo de organización discursiva argumentativo y de recursos multimodales.

Diccionario: Género discursivo cuyo propósito es consignar la definición de conceptos o procedimientos de una disciplina o materia determinada. Su contexto de circulación ideal es el ámbito pedagógico y la relación entre los participantes puede ser entre escritor experto y lector experto o semilego.

Informe: Género discursivo cuyo propósito es consignar situaciones, procedimientos y/o problemas. Idealmente, su contexto de circulación es el ámbito laboral y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector experto. Suele ser monomodal y presentar un modo de organización discursiva que es descriptivo.
Ley: Género discursivo cuyo propósito es regular la conducta de los individuos y la ejecución de procedimientos y procesos diversos. Circula, idealmente, en el ámbito universal y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector experto o semilego. Es monomodal y presenta el modo de organización discursiva predominantemente descriptivo.

Manual: Género discursivo cuyo propósito comunicativo es instruir acerca de conceptos y/o procedimientos en una temática especializada. Su contexto de circulación ideal es el ámbito pedagógico y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector semilego o

lego. Preferentemente, se hace uso de un modo de organización discursiva descriptivo y de recursos multimodales.

Memorando: Género discursivo cuyo propósito comunicativo es constatar la entrega de información solicitada. Idealmente, circula en el ámbito laboral y la relación entre los sujetos participantes es entre escritor experto y lector experto. El modo de organización discursiva predominante es descriptivo y se hace uso de recursos monomodales.

Norma: Género discursivo cuyo propósito comunicativo es regular conductas y/o procedimientos. Circula en el ámbito universal y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector experto o semilego. Suele ser monomodal y presentar un modo de organización discursiva que es, predominantemente, descriptivo.

Noticia: Género discursivo cuyo propósito es constatar hechos de diversa naturaleza. Idealmente, circula en el ámbito universal y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector experto, semilego o lego. El modo de organización discursiva predominante es narrativo. Se suelen hacer uso de recursos multimodales.

Proyecto de Investigación: Género discursivo cuyo propósito comunicativo es ofrecer una propuesta de investigación científica. Idealmente, circula en el ámbito científico y entre escritor experto y lector experto. Se utiliza recursos monomodales y se caracteriza por presentar un modo de organización discursiva que es argumentativo.

Registro: Género discursivo cuyo propósito es consignar el estado de un procedimiento o producto. Circula en el ámbito laboral y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector experto. El modo de organización discursiva característico de este género es el descriptivo. Se suele utilizar recursos monomodales.

Tesis: Género discursivo que tiene como propósito persuadir acerca de un planteamiento teórico o ideológico. Idealmente, circula en el ámbito científico y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector experto. El modo de organización discursiva predominante es argumentativo. Se suele emplear recursos multimodales.

Test: Género discursivo cuyo propósito comunicativo es consignar características psicológicas de un sujeto. Circula en el ámbito laboral y la relación entre los participantes es entre escritor experto y lector lego. Puede ser multimodal y su modo de organización discursiva preferente es el descriptivo.

En tal sentido, se deben dirigir las investigaciones de los estudiantes a la práctica de los géneros discursivos, cuyas características y estructuras se manejan en el ámbito académico y específicamente en cada área del conocimiento con el objetivo de lograr una escritura coherente, lógica, y reflexiva que les ayude a desarrollar un pensamiento crítico y que dé por resultado la intercomunicación con la comunidad científica a la que aspiran a pertenecer.

Habilidades necesarias que se deben enseñar para producir géneros discursivos.

Zagviazinsky (2007) propone las siguientes habilidades.

- Saber interpretar la información obtenida, así como, extraer la idea principal y/o secundarias.
- Saber describir, analizar y comparar los datos en un texto.

- Saber realizar una búsqueda de información relevante y actualizada.
- Saber presentar, combinar y reunir la información.
- Saber caracterizar, evaluar, expresar con claridad e interpretar la información leída.
- Saber hacer anotaciones y el compendio de un texto.
- Saber reflexionar y hacer comentarios en forma escrita sobre un texto leído.

En resumen, a la escritura de textos académicos o género discursivo le precede la lectura, ya que a través de esta se aprende y se obtiene conocimiento producto de la información obtenida a través de diferentes formatos. Ambas habilidades lingüísticas están estrechamente interrelacionadas, por tanto, el docente debe coordinar las acciones de enseñanza para las acciones de una de ellas (lectura) lleve a los estudiantes a la realización de la otra (escritura). En tal sentido, se deben orientar algunas actividades que pueden contribuir al desarrollo de habilidades de expresión escrita tales como: elaboración de mapas conceptuales de un texto leído; elaboración de títulos de las partes de un texto; interpretación escrita de un texto; resumen del contenido de un texto, entre otros.

MATERIALES Y MÉTODOS

La población del objeto de estudio lo conforman docentes y estudiantes de la Universidad ECOTEC. Para el estudio se tomó una población finita (N) de 77 docentes, de los cuáles se investigó a una muestra (n) de 64 entre tiempo completo (97%) y tiempo parcial (3%). Los docentes encuestados pertenecen a las cinco facultades de la universidad: Turismo (9%9, Ciencias Económicas y Empresariales (13%), Derecho y Gobernabilidad (6%), Sistemas y Telecomunicaciones (20%), Marketing y comunicación (52%). La investigación se realizó en el periodo mayo-agosto del año 2017.

Con respecto a la participación de los estudiantes en la investigación, de una población finita (N) de 1798 que cursaba estudios en el periodo de mayo-agosto del año 2017, se tomó una muestra de tipo probabilística y por criterio intencionada de 177 estudiantes ya que eran los estudiantes matriculados en la asignatura de Comunicación y Lenguaje 2 en ese periodo de tiempo.

Para el procesamiento de la información se utilizaron técnicas de la estadística descriptiva que permitieron interpretar, resumir y presentar información a través de tablas y gráficos

El método cuantitativo de recogida de información empleado en esta investigación ha sido la encuesta. El tipo de preguntas que se ha utilizado varía. En general, se emplearon preguntas cerradas formuladas en escala ordinal tipo Likert con opciones progresivas de respuesta, estructuradas en 2 apartados: Lectura, Escritura académica y géneros discursivos,

RESULTADOS

Encuesta aplicada a estudiantes

1. ¿Realiza actividades de lectura?

Tabla 2. Actividades de lectura

Realiza actividades de lectura en	Frecuencia	%
Lee en clases	44	24,9
Lee fuera de clases	18	10,2
En Ambas	33	18,6
No lee	82	46,3
TOTAL	**177**	**100**

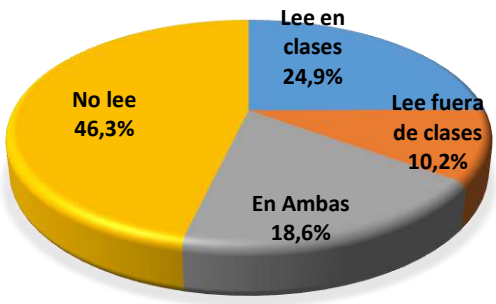


Gráfico 1. Actividades de lectura
Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las actividades de lectura que realiza un estudiante universitario se observa en el gráfico que 44 de ellos leen en clase lo que representa un 24.9%, mientras que un 18 leen fuera de clases, para un 10.2%.; por otra parte, 82 estudiantes no leen, para un 46, 3%. Se evidencia en esta información que existen pocos o nulos hábitos de lectura en la universidad y ello pudiera estar incidiendo en el aprendizaje y el desarrollo de competencias comunicativas para la vida. La lectura ayuda considerablemente a mejorar la redacción y el pensamiento crítico.

2. ¿Qué documentos lee con mayor frecuencia (de 5 a 6 veces por semana)?
   Tabla 3. Documentos que lee con mayor frecuencia

Documentos que lee con mayor frecuencia	Frecuencia	**%**
Escritos del profesor	33	18,6
Notas de clase o resúmenes de estudiantes	23	13,0
Páginas de internet (boletines, noticias de asociaciones,	19	10,7
Libros de consulta general (enciclopedias y diccionarios)	12	6,8
Artículos de revistas científicas	5	2,8
Libros o capítulos de libros del campo profesional	3	1,7
No lee	82	46,3
TOTAL	**177**	**100,0**

Fuente: Elaboración propia

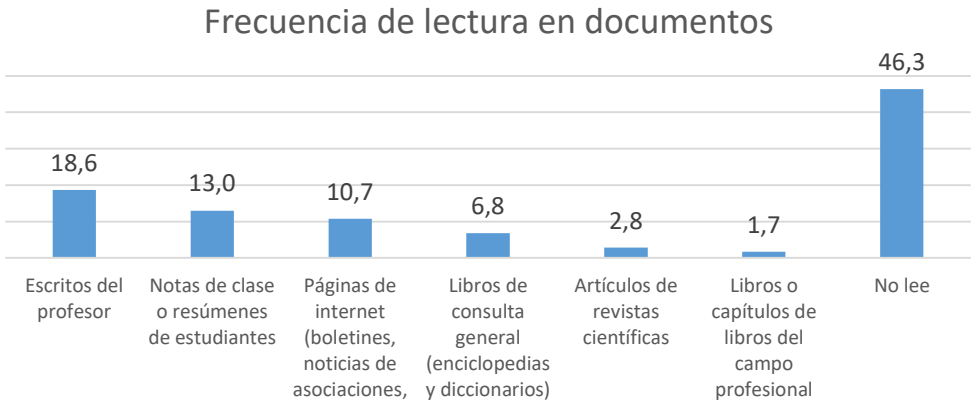


Gráfico 2. Documentos que lee con mayor frecuencia
Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los documentos que el estudiante lee con mayor frecuencia se observa en el gráfico que, 33 leen escritos del profesor, lo que representa un 18.6%; 23 leen sus notas de clases o resúmenes de otros estudiantes para un 13.0%; mientras que 19 leen páginas de internet (boletines y noticias) para un 10.7%; 12 estudiantes leen libros de consulta general (enciclopedias y diccionarios) para un 6.8%; lo más representativo es que 82 estudiantes no leen, evidenciándose que las dificultades existentes en la escritura pudieran estar dadas por la escasa lectura de los estudiantes, teniendo en cuenta que esta mejora la expresión oral y escrita, así como enriquece el vocabulario y la ortografía.

3. ¿Qué tipo de géneros discursivos escribe en sus clases?

Tabla 4. Géneros discursivos que escribe en sus clases

Opciones	Apuntes de clases	Resúmenes	Artículos Científicos	Doc. Periodísticos	Informes	Ensayos
Siempre	33%	21%	16%	15%	10%	14%
Casi siempre	26%	23%	19%	16%	29%	31%
Muy pocas veces	16%	20%	21%	27%	24%	18%
Algunas veces	23%	26%	29%	22%	23%	24%
Nunca	2%	10%	15%	20%	14%	13%
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

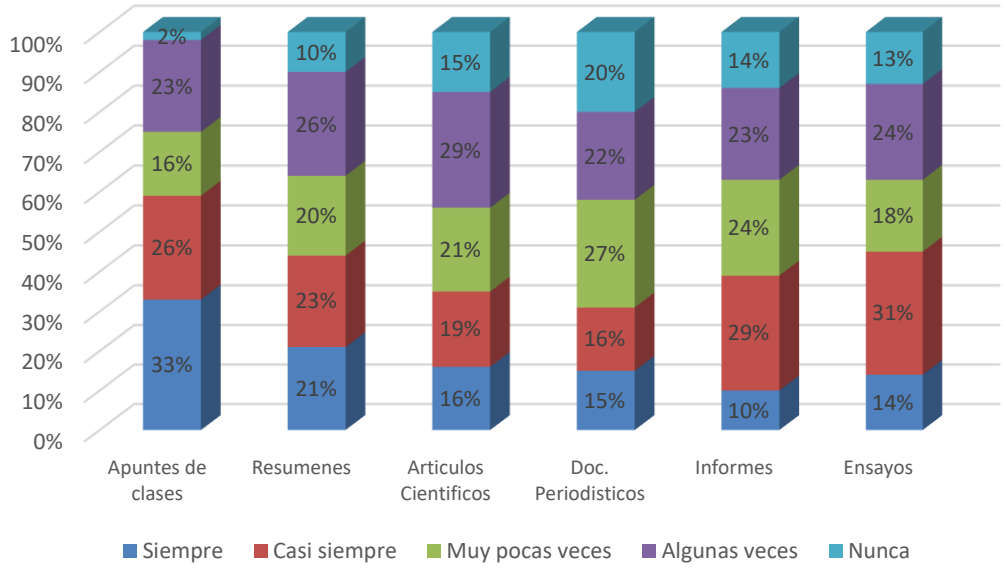


Gráfico 3. Géneros discursivos que escribe en sus clases
Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la escritura de géneros discursivos los resultados muestran que un 33 % de estudiantes escribe siempre apuntes de clases, mientras que un 21 % resúmenes, así como un 16% artículos científicos; un 15% documentos periodísticos; un 10% escribe informes; un 14% ensayos. Si se analiza la suma de las demás opciones: casi siempre, muy pocas veces, algunas veces y nunca se aprecia que los porcentajes son mayores, lo que denota que más de la mitad de los estudiantes (67%) no escribe con frecuencia géneros discursivos, lo que es evidente que no se gestiona en el aula las actividades correspondientes con la escritura de manera sistemática, lo que implica que no se construye el conocimiento.

Encuesta aplicada a docentes

1. ¿Tiene contemplado actividades de lectura en su programa de asignatura?

Tabla 5. Actividades de lectura contempladas en su programa de asignatura

Opciones	**Frecuencia**	**%**
Siempre	16	25,0
Casi siempre	7	10,9
Algunas veces	21	32,8
Muy pocas veces	13	20,3
Nunca	7	10,9
TOTAL	**64**	**100,0**

Fuente: Elaboración propia

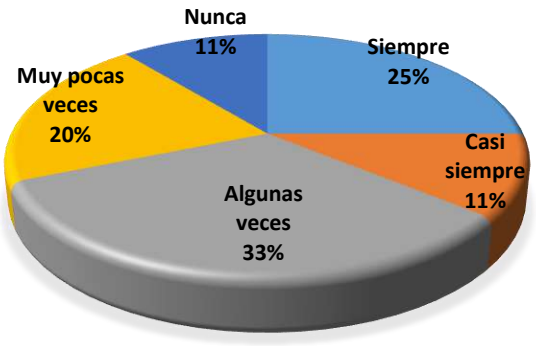


Gráfico 4. Actividades de lectura contempladas en su programa de asignatura
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se observa que, 16 docentes (25%) contemplan siempre actividades de lectura en su programa de asignatura; mientras que 7 (10.9%) casi siempre; 21 algunas veces; 13 muy pocas veces (20.3%) y 7(10.9%) nunca, evidenciándose que más de la mitad de los docentes no fomentan la lectura en sus programas. El profesor es un mediador importante entre el estudiante y el texto escrito; de alguna manera determina el encuentro del estudiante con los procesos de descodificación de la palabra escrita. En tal sentido, los docentes son modelos a los que se observa y de los que se aprende y por ello, desempeñan un papel crítico en las actitudes de los estudiantes frente a la lectura, su estimulo e influencia posibilitan que los estudiantes adopten una actitud positiva hacia esta forma de aprendizaje. Por otra parte, todas las disciplinas y en formas muy variadas formas utilizan la escritura como herramienta de las actividades desarrolladas en el proceso de enseñanza, ya sea para realizar ejercicios, pruebas de control o de evaluación, o bien como instrumento de conceptualización, de referencias, por lo que se puede afirmar que la lectura se encuentra implícita en el programa de todas las disciplinas.

2. ¿Qué documentos les orienta leer a los estudiantes con mayor frecuencia?

Tabla 6. Documentos que orienta leer a los estudiantes con mayor frecuencia

Opciones	**Frecuencia**	**%**
Libros o capítulos de libros del campo profesional	15	23,4
Escritos del profesor	15	23,4
Notas de clase o resúmenes de estudiantes	12	18,8
Libros de consulta general (enciclopedias y diccionarios)	7	10,9
Artículos de revistas científicas	6	9,4
Páginas de internet (boletines, noticias de asociaciones)	2	3,1
Nunca	7	10,9
TOTAL	**64**	**100,0**

Fuente: Elaboración propia

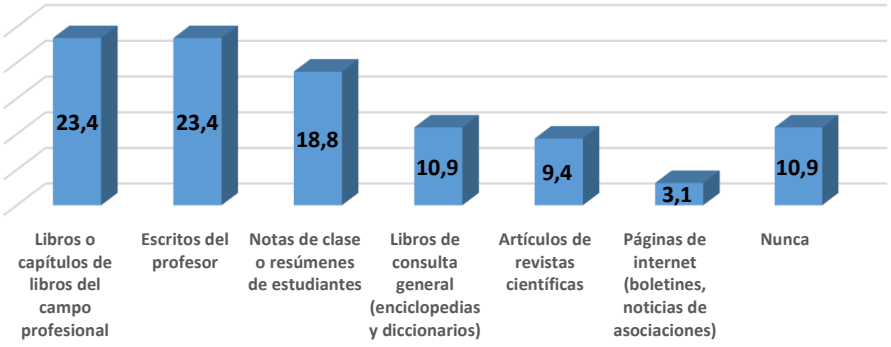


Gráfico 5. Documentos que orienta leer a sus estudiantes
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se observa que 15 docentes (23.4%) orientan leer a sus estudiantes libros o capítulos de libros del campo profesional; 15 orientan leer los escritos del docente; mientras 12 (18.8%) orientan leer notas de clases o resúmenes de estudiantes; 7 orientan leer libros de consulta general (enciclopedias y diccionarios); 6 orientan leer artículos de revistas; 2 orientan leer páginas de internet y 7 nunca orientan leer, evidenciándose que no se motiva al estudiante a leer. Los docentes deberían comprender que una buena parte de los contenidos propios de las diferentes áreas curriculares se adquieren a partir de la lectura de diversos materiales escritos (libros de textos, monografías, enciclopedias, prensa, revistas especializadas, internet, etc.). Por tanto, todos los docentes pueden ayudar a sus estudiantes a desarrollar las capacidades de comprensión lectora a partir del aprendizaje de diferentes estrategias. Es decir, se trata de orientar a sus estudiantes con preguntas que les ayuden a establecer objetivos para la lectura, a identificar y organizar las ideas e identificar aquello que no comprenden.

3. ¿Qué tipo de género discursivo orienta escribir a sus estudiantes?

Tabla7. Tipología de género discursivo que orienta escribir a sus estudiantes

Opciones	Apuntes de clases	Resúmenes	Artículos científicos	Doc. Periodístico	Informes	Ensayo
Siempre	34,4	14,1	21,9	17,2	6,3	29,7
Casi siempre	25,0	21,9	18,8	6,3	62,5	31,3
Muy pocas veces	6,2	31,3	9,4	26,6	6,3	9,4
Algunas veces	15,6	32,8	39,1	23,4	25,0	23,4
Nunca	18,8	0,0	10,9	26,6	0,0	6,3
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

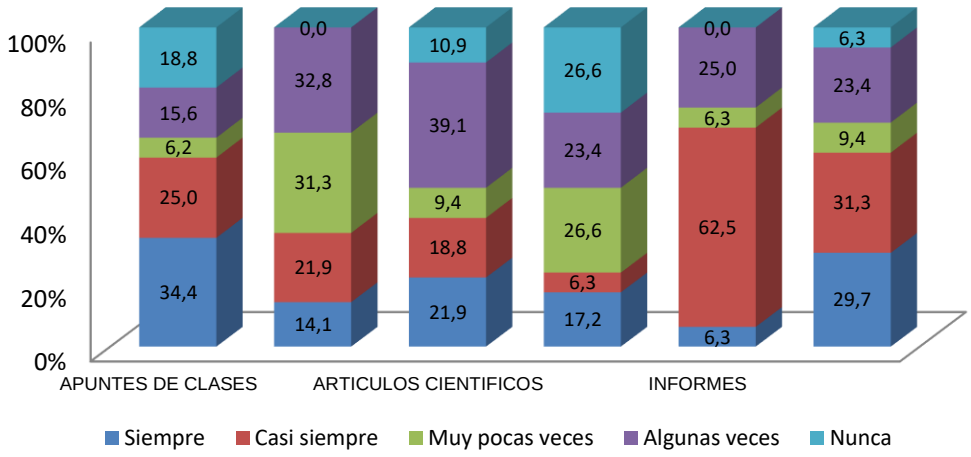


Gráfico 6. Tipología de género discursivo que orienta escribir a sus estudiantes
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se observa que, el género discursivo que siempre se orienta a los estudiantes son los apuntes de clases, es decir, un 34.4%, sin embargo, en la suma de las demás opciones (casi siempre, muy pocas veces, algunas veces y nunca) se aprecia más de la mitad de los docentes que no orientan apuntes de clases, para un 65.6%, evidenciándose que no se potencia la escritura en el aula para un mejor aprovechamiento del quehacer académico-científico. Por otra parte, la escritura ayuda a que los estudiantes logren participar o insertarse mejor en la sociedad. La práctica de la escritura es un ejercicio para pensar, organizar ideas y por consiguiente fortalecer las competencias lingüísticas. Hernández et al. (2003) citado en Giraldo (2015).

CONCLUSIONES

A pesar de que existen cursos de nivelación para estudiantes que ingresan a la universidad con la finalidad de reforzar la habilidad comunicativa; se evidencia asistematicidad de este recurso a lo largo de la carrera, en los diversos espacios curriculares.

En el contexto académico se le presta escasa atención a la función del lenguaje oral y escrito, en la construcción de la ciencia y el conocimiento.

La lectura y la escritura son procesos interactivos y constructivos, pero a la vez interdependientes. La revisión de los programas de asignaturas evidencia la poca atención brindada a la lectoescritura por parte de los docentes en su planificación de contenidos

La responsabilidad de fomentar la escritura en el contexto universitario no puede recaer solo en la materia de estudio “Lenguaje y Comunicación”. Se debe incluir la participación de todas las disciplinas de la malla curricular, con sus métodos, contenidos y formas discursivas propias.

El docente debe fomentar la escritura de géneros discursivos en el aula. Debe ser una actividad permanente en los planes de clases de modo que se vincule la práctica y teoría de

los conocimientos adquiridos y se pueda avanzar hacia una efectiva escritura académica en la universidad.

La apropiación del lenguaje científico se obtiene del aprendizaje de los mecanismos gramaticales, sintácticos y lógicos que facilitan la construir textos académicos.

BIBLIOGRAFÍA

Arnedo. T, A. (2015). Tesis de Pregrado. Propuesta de Intervención para el desarrollo de la lectura en la educación primaria. Universidad Internacional La Rioja. Facultad de Educación. Disponible en: https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/2533/arnedo.trevi%C3%B1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bajtín, M, M., (1979). Estética de la creación verbal. El problema de los géneros discursivos pp. 248-293. Disponible en: https://circulosemiotico.files.wordpress.com/2012/10/estetica-de-la-creacic3b3n-verbal.pdf

Carlino, P. (2005). Escribir, leer, y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Disponible en: https://www.aacademica.org/paula.carlino/3.pdf

Carlino, P. (2008). Leer y escribir en la universidad, una nueva cultura. ¿Por qué es necesaria la alfabetización académica? En Los desafíos de la lectura y la escritura en la educación superior: caminos posibles. Cali, Colombia: Universidad Autónoma de Occidente. Disponible en: https://www.aacademica.org/paula.carlino/162.pdf

Carlino, P. (2017). Dos variantes de la alfabetización académica cuando se entrelazan la lectura y la escritura en las materias. Revista Signo y Pensamiento. Vol. 36, Núm. 71. Disponible en: https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/issue/view/1238

Fernández, R, H.A y Ramírez, G. R. (2011). Leer para investigar. Revista La Colmena n. 72, p. 23-29, oct. 2017. ISSN 2448-6302. Universidad Autónoma del Estado de México. Disponible en: https://lacolmena.uaemex.mx/article/view/5664

Giraldo, G, C. (2015). La escritura en el aula como instrumento de aprendizaje. Estudio en universidades. Ánfora, 22 (38), 39-58. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538 Recuperado en: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5151538.pdf

Gutiérrez, C, V; López, H, A; Salazar, G, C; Ibarra, R, L. (2009). Comunicación Oral y Escrita I. Bachillerato. Plan de Estudios. Disponible en: http://uaprepasemi.uas.edu.mx/libros/1er_SEMESTRE/2_Comunicacion_Oral_y_Escrita_I.pdf

Hernández, S, R; Fernández, C, C y Baptista, L, P. (2014). Metodología de la Investigación. Disponible en: http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf

Niño, R, V.M. (2013). Competencias en la comunicación: Hacia las prácticas del discurso. 3ra edición. Bogotá: Ecoe Ediciones. Disponible en: Biblioteca Universidad ECOTEC

Parodi, G. (2008). Géneros Académicos y Géneros Profesionales: Acceso Discursivos para saber y hacer. Ediciones Universitarias de Valparaíso. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. ISBN: 978-956-17-0431-2
Disponible en: http://www.euv.cl/archivos_pdf/generos.pdf

Rodríguez, H, B, y García, V, L. (2015). Escritura de textos académicos dificultades experimentadas por escritores noveles y sugerencias de apoyo. Revista de Investigación Educativa Núm. 20 (2015). Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: http://cpue.uv.mx/index.php/cpue/article/view/1332/html_23

Rojas, M. (2005). Investigar la investigación. Ibagué: CERES.

Teberosky, Ana, 2007: "El texto académico" en Montserrat Castelló (coord.): Escribir y comunicarse en contextos científicos y académicos. Conocimientos y estrategias, Barcelona: Editorial Graó, 17-46.

Solé, I. (1998). Estrategias de lectura. Barcelona. Edición Graó. Disponible en: https://media.utp.edu.co/referenciasbibliograficas/uploads/referencias/libro/1142-estrategias-de lecturapdf-N0aU6-libro.pdf

Steiner, G. (1998), Pasión intacta, Madrid, Siruela [trad. Menchu Gutiérrez y Encarna Castejón.

Zagviazinskiy V. I. (2007). Actividad investigativa del pedagogo. Moscú, Ru: Academia).

002. EL LIDERAZGO PEDAGÓGICO Y LA GESTIÓN EDUCATIVA EN MANTA.

Autores:

Patricia Muñoz Verdezoto
Docente Titular
Universidad ECOTEC
Doctoranda Programa Educación Universidad de La Habana-Cuba
Contacto: pmunoz@ecotec.edu.ec

Lorena Bodero Arízaga
Docente Titular
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Contacto: lboderoa@ulvr.edu.ec

Laura Luna Puente
Docente Medio Tiempo
Universidad Católica
Doctoranda Programa Educación Universidad de La Habana-Cuba
Contacto: laura_luna_2000@hotmail.com

RESUMEN

En el presente estudio se comparte la misión del líder pedagógico en contextos educativos para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje mediante el análisis teórico de la gestión; en ese ámbito en la ciudad de Manta se llevó a cabo un trabajo de campo y observación en el que se aplicó una encuesta a los líderes o coordinadores en el periodo 2018; se aprovechó la experiencia de 15 años en el ejercicio de liderazgo para reconocer la importancia de la formación pedagógica a fin de enfrentar los retos de la docencia e intervenir de manera eficiente, eficaz y efectiva a través de un liderazgo distribuido, a la vez cumplir con el principio de calidad; es así como se impulsó el desarrollo de competencias específicas en 30 líderes de instituciones educativas particulares y fiscales. En el grupo se estableció que la Didáctica, la Pedagogía, la Investigación y la Comunicación es parte de un engranaje que el líder gestiona para implementar de manera adecuada y agilitar los procedimientos establecidos por los organismos reguladores y de control. La capacitación permite resolver uno de los principales problemas que afrontan muchas instituciones porque no han sido formados en el campo de las Ciencias de la Educación.

Palabras Claves: liderazgo pedagógico, gestión educativa, didáctica, comunicación asertiva.

ABSTRACT

This study shares the mission of the pedagogical leader in educational contexts to improve the teaching-learning processes through theoretical management analysis; In that area in the city of Manta, a field and observation work was carried out in which a survey was applied to the leaders or coordinators in the 2018 period; the experience of 15 years in the leadership exercise was used to recognize the importance of pedagogical training in order to face the

challenges of teaching and intervene in an efficient, effective and effective way through a distributed leadership, while complying with the quality principle; This is how the development of specific skills in 30 leaders of private and fiscal educational institutions was promoted. The group established that Didactics, Pedagogy, Research and Communication is part of a gear that the leader manages to adequately implement and expedite the procedures established by the regulatory and control agencies. Training allows solving one of the main problems faced by many institutions because they have not been trained in the field of Education Sciences.

Keywords: Pedagogical leadership, educational management, teaching, assertive communication.

INTRODUCCIÓN

El nuevo paradigma de la educación contempla problemas que ameritan urgente solución, entre los cuales destacan: la crisis económica, ambiental, armamentista, energética, así como la disminución de la calidad de vida de la población en general. En esa perspectiva el líder pedagógico debe reunir un conjunto de cualidades o competencias, entre las que se destacan: la capacidad de discernimiento, el dinamismo, la alegría, la perseverancia, el buen conocimiento de los colaboradores, la motivación, el compromiso, la confianza en uno mismo y en los demás, la empatía, la flexibilidad.

La Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2008) en el art. 350 precisa:

> El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

La Constitución, la Ley Orgánica de Educación Superior y la Misión de la Universidad Ecuatoriana fundamentan la filosofía institucional y por ende la dinámica de formación pedagógica de los docentes que se logra a través de la sistematización de experiencias, de una lógica integradora entre los procesos de indagación y de la argumentación como una vía específica para conducir los procesos sustantivos.

El marco de referencia inicial atañe a los núcleos conceptuales y metodológicos enfocados en las competencias del líder pedagógico vinculadas a la gestión educativa para desarrollar innovaciones que permitan reformar los modelos tradicionales del aprendizaje en la educación superior. Se propone fortalecer a los docentes a fin de potenciar el capital intelectual mediante enfoques pedagógicos de la escuela nueva.

El Liderazgo incide en el aprendizaje de los estudiantes a través de la motivación del personal, del compromiso y las condiciones de trabajo. El nivel directivo requiere de un líder transformacional para cumplir con los objetivos marcados de la mejor manera posible, proponer nuevas iniciativas y agregar valor a las decisiones tomadas.

Los coordinadores docentes de las unidades educativas de Manta reconocen que existe un débil liderazgo pedagógico en las instituciones educativas de esta ciudad, lo cual se ve reflejado en la calidad de la gestión educativa. Se identificó la necesidad de manejar los protocolos para actuar de manera constructiva e intervenir en el manejo de conflictos: dificultades de aprendizaje, acoso escolar, ciberacoso, maltrato infantil, violencia de género en el ámbito educativo, identidad de género o agresiones hacia el profesorado o personal no docente, entre otros.

En el curso de Gestión directiva dirigido a los líderes de instituciones educativas de la ciudad de Manta se pudo observar el desconocimiento sobre la aplicación de protocolos y normativas de actuación, en este nivel, se requiere de un líder transformacional para cumplir con los objetivos marcados de la mejor manera posible, proponer nuevas iniciativas y agregar valor a las decisiones tomadas.

Según la consulta realizada a los coordinadores de instituciones educativas, el 89% de los directivos destacaron la falta de dinamismo y poco nivel de ayuda entre los miembros del colectivo. Otra debilidad es el tipo de comunicación que deteriora las relaciones interpersonales, afecta al entorno de trabajo y el clima laboral. Cabe recordar que, en toda instancia del acto educativo la comunicación es un aspecto central, no sólo cuando los docentes y estudiantes están en el aula, sino también en la relación entre compañeros, ya sea de clase o trabajo.

En un 60% de los docentes del nivel superior en Ecuador se ha evidenciado que existe una limitada preparación pedagógica en la docencia; además, se observa con frecuencia que los docentes muestran dificultad al momento de motivar a sus estudiantes, resolver conflictos, dialogar con los padres o representantes legales, tomar decisiones individuales o grupales con sus compañeros de trabajo; sobre todo, en el último eslabón, la educación juega un papel muy importante en los procesos de transformación ideológica.

En el proceso de liderazgo confluyen diversas cualidades: la persuasión, la influencia, el entusiasmo y la motivación orientada al logro de metas, por lo que se aplicó un tipo de investigación hermenéutica-dialéctica para explicar las competencias del líder pedagógico, interpretar y valorar críticamente la bibliografía consultada y profundizar en la necesidad de gestionar la capacitación a los docentes.

En base a lo planteado, el propósito de la investigación es identificar las competencias del líder pedagógico y su influencia en la gestión educativa en las instituciones de Educación Superior, puesto que se requiere un perfil profesional competente, versátil, polivalente, capaz de dar respuesta en situaciones de incertidumbre, considerando la diversidad, las demandas ecológicas y la interdisciplinariedad.

DESARROLLO

Liderazgo pedagógico.

La palabra liderazgo se refiere a otros vocablos como líder y liderato. Líder es la persona con capacidad de liderar a otras con un objetivo común. Liderato es el status o la posición del líder y liderazgo es el proceso de influir, guiar o dirigir a los miembros del grupo hacia el éxito. El líder tiene características especiales y singulares que lo hacen destacar, una capacidad de contagiar de entusiasmo a otros en el camino para el logro de objetivos grupales.
La UNESCO (1988), señala que:

> Los sistemas de Educación Superior deben aumentar su capacidad para vivir en medio de la incertidumbre, para transformarse y provocar el cambio, para atender a las necesidades sociales y fomentar la solidaridad y la igualdad; preservar y ejercer el rigor.

El liderazgo pedagógico tiene la función de movilizar e influenciar a otros para articular y lograr los propósitos compartidos, en un ambiente laboral adecuado que promueva el trabajo colaborativo. Su gestión consiste en calcular, anticipar, planificar, juzgar, evaluar, decidir, comunicar, explicar, argumentar, convencer, negociar, adaptar, imaginar, analizar, comprender. En síntesis, el líder realiza una tarea de administrar y organizar. “Las organizaciones dependen, para crecer y perdurar, del liderazgo de sus dirigentes y esto es válido para las que tienen fines de lucro y las que no” (Gómez, 2008, p. 26).

Los grandes líderes logran el éxito mediante la perseverancia y una buena actitud. De acuerdo con Mellado-Hernández y Chaucono-Catrinao (2016), el líder modera las actividades de enseñanza de manera que se adecúen a las características de los estudiantes, en un enfoque de igualdad (p. 8). Para el criterio de Tobón (2006) ser competente equivale a saber resolver problemas y en la actualidad los jóvenes demandan replantear el modelo educativo que se está aplicando en el Ecuador.

El líder pedagógico debe estar en condiciones de informar, conceptualizar, promover la participación y comunicación de saberes, utilizar materiales visuales y tecnológicos que estimulen la curiosidad. Esta gestión es estratégica y se concreta en la planificación que permita evidenciar los logros. Sin un buen líder los trabajadores de una organización no pueden sacar adelante los objetivos propuestos y simplemente la organización fracasa.

La dirección es un proceso comunicativo entre varias personas con el objetivo de conseguir las metas establecidas; mientras que liderazgo es la influencia que una persona ejerce sobre un grupo con la intención de obtener resultados y guiarlos en sus proyectos. Bass y Avolio (2006) explican que el liderazgo transformacional es un proceso que parte de la estimulación de la conciencia de los trabajadores para hacerlos productivos. Algunos expertos coinciden en que este estilo de liderazgo es el verdadero pilar en el ámbito empresarial, se parece al liderazgo carismático por el entusiasmo que transmiten a las personas, pues su actividad se concentra en el “saber gestionar" el recurso humano.

En los planteles educativos los líderes democráticos se caracterizan por priorizar la participación de la comunidad, permitir que el grupo decida por la política a seguir y tomar las decisiones a partir de lo que el grupo opine. En toda institución, existe la ambiciosa tarea de asegurar la calidad de la educación superior en el Ecuador mediante principios y directrices de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES).
La Constitución Política del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2008) en el art. 350 precisa:

> El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Liderar es dedicar tiempo a cuidar el grupo, reflexionar y debatir sobre los valores que constituyen el proyecto educativo de centro en su concreción en la práctica, y compartir su revisión. El coordinador o líder debe trabajar en equipo de forma cercana con su grupo de trabajo, explotando al máximo el talento de los mismos. Es decir, el líder tiene la capacidad de influenciar en sus subordinados y mejorar sus aptitudes y capacidades.

El liderazgo distribuido desde el concepto de (Argos y Ezquerra, 2014, p. 14): “es gestado desde alianzas y planteamientos compartidos”. A la vez se puede desarrollar micro liderazgos para trabajar en función de un proyecto en común con tareas compartidas. Otro autor, John Maxwell comparte en su definición la facultad de mejorar a las personas de un área a través de la guía u orientación de un líder.

Los principios para la dirección del proceso pedagógico de acuerdo con Batista (2002), son: el principio de la unidad, de lo instructivo, lo educativo y lo desarrollador en el proceso de la

educación de la personalidad. En el caso de las insuficiencias en investigación, la gestión debe iniciarse con la intención de fortalecer las competencias docentes para luego atender las necesidades de los estudiantes.

El líder desarrolla habilidades organizativas tales como establecer prioridades, programar el tiempo, disponer los recursos, conseguir que las cosas más importantes estén hechas a tiempo, entre otras. El liderazgo pedagógico utiliza las estrategias adecuadas para aumentar el rendimiento de la institución y generar nuevas oportunidades.

El término competencia se refiere a que la persona está apta o preparada para realizar la función que corresponda. La competencia de comprensión sistémica tiene que ver con evaluar el desempeño laboral y la competencia analítica es la que se crea mediante la generalización, la asociación o transferencia de competencias más específicas. Por lo que, se debe considerar realizar evaluaciones anuales a las jefaturas por departamento con el objetivo de dar a conocer la percepción respecto al trabajo del líder, de modo que el docente sienta que su opinión es escuchada y valorada.

De acuerdo a John Kotter (2012) liderar es la actividad o proceso de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del grupo. Esta actividad enfrenta retos en el camino y atiende las necesidades que afronta. Esta teoría se asocia con el documento MINEDUC-2017-00055-A., el Art. 2. a. el cual expresa: “Garantizar que las instituciones educativas impartan un servicio educativo con personal calificado y seleccionado”.

Desde el punto de vista de Nava (2006) la palabra calidad en latín significa “lo bueno y lo apto”, por su origen tiene características subjetivas ya que depende de la apreciación de cada persona. Desde el estudio de (Kotler et al., 2014) se establece que la calidad ha ido evolucionando en función de la naturaleza de las necesidades del cliente, la mejora continua, los resultados a largo plazo. La calidad desde el enfoque de Deming (Plan Do-Check-Act) utiliza como estrategia de mejora continua el saber planificar, hacer, verificar y actuar (Deming, 1982).

En los procesos de evaluación del personal directivo, docente y administrativo la finalidad es verificar la idoneidad y se destaca la participación de profesionales especializados. Estos procesos pueden mejorar la calidad de educación a partir de la mejora de programas y de los estilos de aprendizaje de los estudiantes. Desde el principio de pertinencia, las diferencias deben servir para aprender de las personas, la diversidad de culturas, estratos sociales, capacidades e intereses.

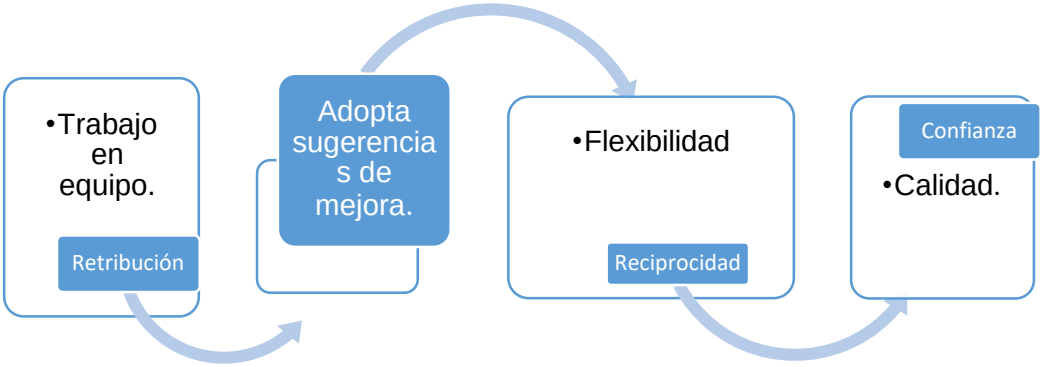
El liderazgo percibe las necesidades de la institución, se orienta hacia la planificación estratégica y a la mejora permanente de las prácticas educativas mediante la capacidad para formar dos competencias: capacidad de gestión estratégica y liderazgo transformacional, por lo que es un factor primordial para la supervivencia de cualquier organización.

Uno de los aspectos prioritarios en la etapa de acreditación universitaria es la formación pedagógica ya que las instituciones de educación requieren contar con personal idóneo para realizar las funciones inherentes a sus procesos. En especial, se destaca la función de los líderes ya que son los directamente responsables de los procesos de acreditación. Si se aplica

un tipo de liderazgo coercitivo para persuadir en el comportamiento de los docentes, puede ser un factor de riesgo.

Es importante para las universidades formar líderes pedagógicos que se desenvuelvan correctamente dentro de las actividades inherentes a los procesos académicos de la Facultad, que tengan buena oratoria, que se conecten con su grupo de trabajo y sobretodo que tengan buena actitud.

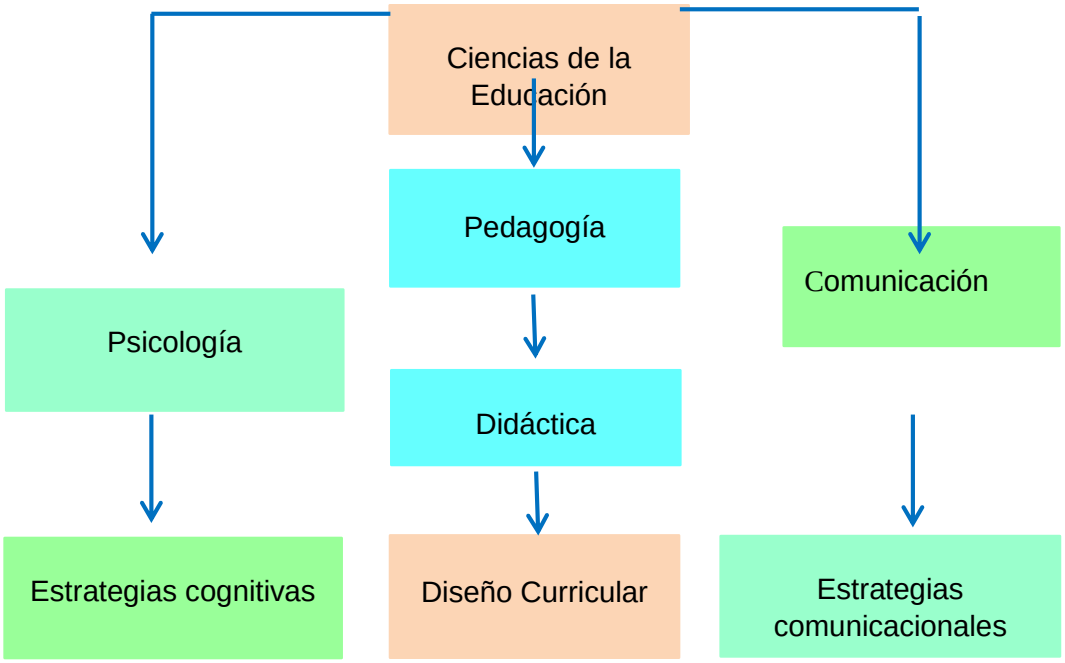
Figura 1. El liderazgo educativo



Fuente: Autoría propia

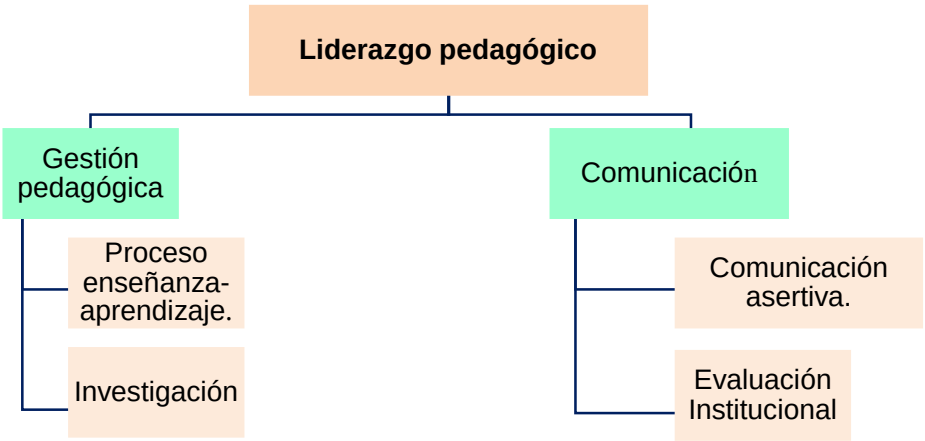
El perfil pedagógico incluye competencias psicológicas cuyos componentes son cognitivos, metacognitivos, motivacionales y se canaliza a través de cualidades de la personalidad. El líder debe identificar las debilidades y fortalezas de sus colaboradores con la finalidad de proponer actividades en los planes de mejora (POA). Un ejemplo de ello es fortalecer el proceso pedagógico de la investigación de los docentes a través de la propuesta del aprendizaje basado en problemas, impulsar la lectura, la escritura y las actividades prácticas en escenarios reales.

Figura 2. La formación pedagógica



El enfoque de Pantoja y Rodríguez (2012) estudia la relación entre el poder y la influencia, pero lo que interesa es comprender la actitud para la toma de decisiones en un marco de comunicación bidireccional. Desde el constructivismo se requiere adquirir una concepción pedagógica partiendo desde lo que ya se conoce. La Pedagogía desde el punto de vista de (Ordóñez, 2014, p. 2), es: “Una disciplina que se mueve entre la teoría sustentada y la práctica; una disciplina para crear formas de mejorar la efectividad… por medio de la experiencia, la observación sistemática y la investigación”.

Figura 3. Liderazgo pedagógico



Fuente: Autoría propia

Este tipo de liderazgo requiere asumir la toma de decisiones que implica analizar, ensayar y resolver problemas a partir de las interacciones sociales y de planes de acción; de tal forma que, la planeación adecuada y el control pueden ser parte de la estrategia para atender las necesidades. Pilar Pozner (2014) prioriza el aspecto pedagógico y articula múltiples saberes: la Filosofía, la Sociología, la Política, la Psicología.

La gestión pedagógica es uno de los roles que debe desempeñar el líder, esta se destaca por la integración del conocimiento que proviene de una concepción pedagógica interdisciplinar y favorece la interacción del aprendizaje para que el conocimiento sea el resultado de la teoría y la práctica. Si el docente o líder no reconoce la diversidad de saberes o no genera confianza en el ámbito donde se desenvuelve, es difícil que pueda gestionar los aprendizajes.

Es importante promover un tipo de liderazgo participativo que acoja los sentimientos del colectivo para crear espacios adecuados de aprendizaje tanto de docentes como de estudiantes, a la vez, a través del liderazgo transformacional facilitar la comunicación asertiva y la resolución de conflictos con el fin de promover altos niveles de comunicación, reforzar el ambiente grupal y hacer más sencillo el logro de objetivos.

La comunicación asertiva

La comunicación es un elemento de gran importancia dentro las interacciones humanas ya que por naturaleza se necesita relacionarse con otras personas para satisfacer las necesidades de afecto y socialización, y esto se logra a través de diversos medios de

comunicación. En la interpretación de los autores Preciado, Guzmán y Losada (2013): “La comunicación entre los miembros de una organización implica crear, intercambiar, procesar y almacenar mensajes en un sistema de objetivos determinados” (p. 74).

El acto de la comunicación que se da entre los seres humanos se desprende de la capacidad psíquica que posee cada individuo a través del lenguaje, pensamiento, condiciones sociales, culturales, políticas y económicas. De ahí que, el proceso comunicativo debe integrar al docente con el estudiante y también a los propios estudiantes, es decir, debe caracterizarse por mantener el intercambio de información continua y la negociación para fortalecer la relación entre los estudiantes.

La gestión comunicativa de cada empresa, desde el punto de vista de (Trelles, 2001, pág. 4):

> Cumple una función descriptiva cuando indaga y describe la situación de los procedimientos comunicativos, una función evaluadora cuando interpreta los motivos por los cuales los elementos actúan de cierta forma en los procesos comunicativos y una función de desarrollo cuando examina y busca fortalecer los procedimientos acertados y enriquecer los erróneos a través de nuevas formas o actividades a realizar.

El diálogo es el canal propicio para propiciar la comunicación efectiva, asertiva y empática con los estudiantes, de tal modo que se acepten las diferencias y se superen las dificultades en el proceso de enseñanza-aprendizaje. El docente es el encargado de diseñar estrategias para coordinar la actividad pedagógica en función de la investigación. Preciado, Guzmán y Losada (2013): “La comunicación entre los miembros de una organización implica crear, intercambiar, procesar y almacenar mensajes en un sistema de objetivos determinados” (pág. 74).

La comunicación asertiva es una estrategia y estilo de comunicación, que se sitúa como punto intermedio entre la agresividad y la pasividad. Algunos autores la suelen definir como un comportamiento maduro de la comunicación, en el cual las personas no son agresivas ni ofensivas al momento de transmitir un mensaje; tampoco se someten a la voluntad de otras personas, logrando defender sus derechos y convicciones.

Durante todas las actividades, los docentes requieren desarrollar la habilidad para para comunicarse desde un clima de relación positivo y confiar en sus pares ya que en conjuntos se diseñan estrategias para motivar y mantener la atención y organizar las actividades, en este sentido, se requiere aprovechar las habilidades y fortalezas individuales desde pequeños grupos de trabajo para favorecer la comunicación.

Las personas que practican la comunicación asertiva tienen más posibilidades de lograr sus objetivos y deseos personales o profesionales, pueden llegar a ser grandes líderes, gozar de la buena relación laboral, tener sus propios negocios. Según Álvarez (2002) la competencia comunicativa va más allá de una simple habilidad, consiste en la demostración del dominio de conocimientos y métodos que se aprenden de la práctica, la interacción, la experiencia de los estudiantes y durante el proceso educativo.

El líder asertivo es firme en las decisiones, es activo y se comunica de manera adecuada. Álvarez (2002) en su obra: El profesor como comunicador se refiere a la competencia comunicativa como un fenómeno que traspasa la eficacia de los conocimientos, habilidades y

hábitos que intervienen en la comunicación. Esta competencia puede ser fortalecida a partir de la opinión crítica y la construcción colectiva para favorecer el debate colectivo, basado en la crítica, la valoración y la argumentación.

El modo asertivo implica ser directo, es decir, transmitir los sentimientos, creencias o necesidades en forma clara; ser honesto, lo que significa expresar lo que se siente, sin menospreciar a nadie u ofender; ser apropiado, en función del espacio, tiempo, grado de firmeza o frecuencia para comunicarse con las demás personas; mostrar una postura correcta en el lenguaje corporal, sin mirar con enojo, ni mover la cabeza con disgusto, o fruncir las cejas; utilizar el tono de voz sereno (no alto ni bajo) para llegar a un equilibrio y que el receptor del mensaje pueda comprender, además, mantener un contacto visual.

Consecuentemente, ser asertivo es tener la habilidad para transmitir o expresar sus pensamientos, opiniones o sentimientos, de una forma sutil, adecuada y empática.

La gestión directiva para fortalecer la calidad.

Evidentemente la tarea de educar no tiene que ver sólo con administrar, es necesario también encontrar formas para enseñar y aprender en base a la nueva manera de pensar, diseñar estrategias para resolver los problemas e intervenir en los comportamientos de los docentes y evaluar los procesos.

La figura del directivo en las instituciones educativas se convierte en un tema actual ya que el quehacer está relacionado con las dimensiones económicas, sociales, pedagógicas, investigativas y culturales. En ese sentido, se requiere desarrollar un nuevo estilo de liderazgo puesto que, como pedagogo también necesita diseñar ambientes de aprendizaje y estrategias que activen el pensamiento.

Desde el punto de vista de (Davis, 1981, p. 9): “existen varios elementos típicos que contribuyen a un clima favorable, estos son, calidad de liderazgo, nivel de confianza, comunicación hacia arriba o hacia abajo, responsabilidad, sensación de trabajo útil, recompensas justas y oportunidades”.

En la opinión de (Castro, 2013) se destaca que:

> Toda organización debe desarrollar sus procedimientos desde adentro… la comunicación pasa a ser la columna vertebral que sustenta toda la estructura organizacional ya que de ella depende que el mensaje que envía la “cabeza” para se entienda, se asimile, y se lleve a cabo. (pág. 22).

La gestión es intencional, se aprende, requiere de procesos sistemáticos para desarrollar formas de analizar, es compartida y posibilita condiciones de crecimiento mediante cambios para un futuro, se apoya de la intuición, de la creatividad y de la innovación. De tal forma que, el que lidera tiene que desarrollar procesos de atención, de escucha, puede construir en conjunto una visión de futuro.

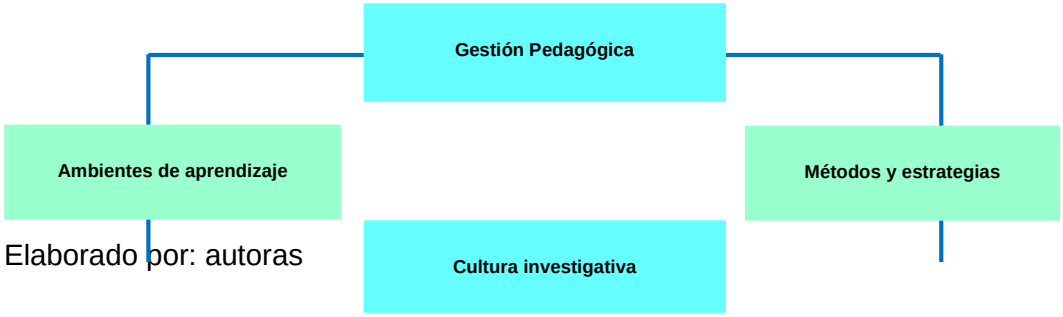
La formación de los docentes también se orienta hacia el desarrollo de competencias investigativas puesto que se va dejando atrás la práctica educativa asociada con la transmisión de información y busca propiciar la transformación del pensamiento, generar

estrategias que solucionen las necesidades del entorno. “El liderazgo en los centros educativos debe favorecer, por encima de todo, la posibilidad de reorientar la acción institucional, organizativa y pedagógica en función del aprendizaje que va acumulando la propia organización”. (Argos y Ezquerra, 2014, p. 155)

La gestión es básicamente práctica ya que genera estrategias que tal vez no están diseñadas en una planificación, asume el compromiso con la sociedad desde la capacidad para distinguir lo importante de lo urgente. La gestión del director está relacionada con la habilidad para resolver los problemas en el contexto donde se desenvuelve. Si la gestión es buena, refleja aspectos positivos para lograr la calidad.

La gestión tiene sentido con la participación de todos, es el conjunto de procesos y prácticas comunicativas que busca implicar a las personas cercanas y apunta al mejoramiento permanente, es un saber que vincula el conocimiento con la práctica, la ética con la eficacia y la realidad con la teoría para lo cual se debe iniciar con el diseño de objetivos comunes. El directivo protagoniza el cambio para que la institución mejore desde la docencia, pero saliendo de la zona de confort.

Figura 4. La gestión pedagógica.



Elaborado por: autoras

El concepto Didáctica proviene del griego "didaskein" - enseñar, supone un análisis genérico del término, es decir, un análisis de su acepción vulgar o común y, además, un análisis especializado y culto de su significado. En el orden genérico, la palabra didáctica se refiere a las actividades relacionadas con la enseñanza, a la transmisión de ideas a las que se pretenden que los receptores presten atención, o sea, lo didáctico refleja la aplicación de un cierto criterio sobre la forma de enseñar. En diccionarios se define a la Didáctica como el arte de enseñar.

Es didáctico aquello que es adecuado para enseñar o instruir. Por tanto, la Didáctica está centrada en la enseñanza, e incorpora una serie de características, permite la presentación adecuada de contenidos de enseñanza; utiliza la planificación para organizar y conducir los procesos que se dirigen a la consecución de objetivos educativos.

La didáctica se constituye como ciencia desde el marco epistemológico a través de la Pedagogía como espacio disciplinar e interdisciplinar con características propias. Se interpreta a la Didáctica en el contexto de otras disciplinas, como ciencia práctica, como teoría general de la enseñanza y el estudio de las diversas maneras de enseñar, como técnica, metodología y otros criterios semejantes.

A partir del marco contextual, la Didáctica considera a la escuela un espacio operativo próximo y la comunidad un espacio operativo ampliado. Desde el marco curricular, utiliza la figura del profesor como concreción de la intención profesionalizadora del campo disciplinar, y en el marco pragmático reconoce la utilidad de la acción educativa. Las formas de organización para articular los objetivos, contenidos, recursos, métodos y la evaluación dependen de los niveles de concreción curricular y de los estilos de aprendizaje.

El concepto de innovar es crear nuevas formas de percibir desde un producto ya generado, implica tener acercamientos a los problemas y tomar en cuenta el resultado de acciones preestablecidas; es saber adaptarse, ser flexible, experimentar y aprender a convivir; a partir de las mejoras en la comunicación efectiva y eficientemente óptima (entre docentes y estudiantes), y de la empatía para lograr resultados educativos deseados.

El líder puede ser entusiasta o pasivo, depende de la forma cómo se ejerza el poder para generar compromisos y alianzas. La innovación puede considerarse como el conjunto de ideas y estrategias que aportan al cambio de métodos para saber qué y cómo realizar prácticas educativas considerando aspectos ideológicos, cognitivos y éticos.

La calidad educativa

La mayoría de las instituciones educativas consideran que la calidad es un factor relevante y se ve reflejada en los resultados de aprendizaje de los estudiantes; sin embargo, la nueva legislación en Ecuador resalta los atributos de la gestión pedagógica a través de procesos sustentados en las Ciencias de la Educación. Según señala (Vaillant, 2012) el docente como innovador necesita de innovadores, de compromiso con la organización a la que pertenezcan para que puedan desenvolverse en su campo laboral.

Según documentos del Ministerio de Educación General Básica y Bachillerato, los estándares de calidad son. “parámetros de logros esperados, que tienen como objetivo, orientar, apoyar y monitorear la acción de los grupos de actores que conforman el Sistema Nacional de Educación para su mejora continua. Se distribuyen en estándares de aprendizaje, gestión escolar y desempeño profesional.

Una educación de calidad toma en cuenta las amenazas para planificar acciones que permitan recuperar de forma efectiva. Gestionar la calidad desde el nivel directivo implica tener claro el valor de la visión y aunar esfuerzos hacia el cumplimiento de los estándares de calidad a nivel nacional.

Un referente de calidad es la Universidad de San Francisco (SFQ) en Quito, institución que tiene la mayor producción científica del Ecuador, según informe SIR Iberoamérica 2015, con 422 publicaciones científicas en SCOPUS, de las cuales el 74,1% entran en la categoría de alta calidad y el 82,89% tiene colaboración de universidades del extranjero, lo cual demuestra una red de alianzas académicas. Por tal razón, se necesita de una proyección más ambiciosa para el futuro de la educación superior en Ecuador, con el propósito de superar los resultados y mejorar la calidad educativa a nivel social y económico.

Un liderazgo efectivo está relacionado con la calidad de la educación cuando promueve competencias en la gestión y mejoran los procesos de enseñanza a partir de buenas relaciones interpersonales con los docentes y la comunidad. De acuerdo con (Begoña, 2013, p. 6): La calidad educativa implica exigencia académica, honestidad en los procedimientos de selección, ubicación y aprendizaje.

La investigación es un pilar fundamental de una institución para elevar los estándares de calidad. Es el eje transversal para el desarrollo del conocimiento científico, a su vez está relacionada con la planificación y el rediseño del currículo. Según (Begoña, 2013): "Un liderazgo pedagógico implica que las competencias directivas se orienten a crear condiciones y promover contextos organizativos y profesionales que mejoren los procesos de enseñanza-aprendizaje".

Los líderes deben ser capaces de transformar el mundo según (Begoña, 2013, p. 2):

> Lograr un aprendizaje de calidad adecuado a las exigencias de la sociedad del conocimiento y atender estudiantes y familias cada vez más diversos genera nuevas expectativas en el mundo de la educación en general y en el de los centros en particular.

La educación de calidad es clave para la igualdad entre los géneros, la seguridad humana, el desarrollo de los niños y el progreso de su educación, a partir de ahí se propone mejorar la calidad de vida de las personas, a la vez, transformar a las personas en seres humanos competentes y preparados.

Desde la opinión de Costa, la gestión del líder no puede ser aislada:

> Las empresas son mundos en acción. Organismos de alta complejidad inmersos en un universo de cambios constantes y en expansión: los mercados, las instituciones, la sociedad, el mundo global. Todo cambio, interno y externo afecta a la empresa y exige de ella respuestas eficientes en su toma de decisiones y en sus formas de relacionarse, de gestionar y de actuar. (Costa, 2001: párr. 1)

Por ende, la gestión educativa condiciona la calidad ya que se refiere al conjunto de cualidades para resolver en un tiempo y situación determinados.

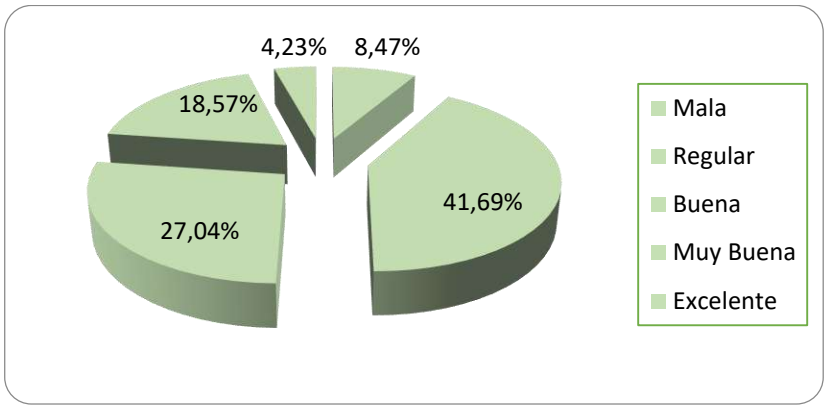
Metodología.

Para lograr los objetivos de la investigación se diseñó una encuesta realizada a 30 docentes de la ciudad de Manta, la misma que se sintetizó en cuatro preguntas con la finalidad de establecer criterios sobre el liderazgo pedagógico y su incidencia en la gestión educativa. La investigación de campo permitió un conversatorio sobre el tema con los directivos, utilizando métodos participativos e integradores.

La investigación bibliográfica permitió establecer con claridad las variables liderazgo pedagógico y gestión educativa. El estudio realizado es de corte no experimental, puesto que no se manipularon deliberadamente las variables, sino que se analizó el fenómeno tal como se presentó en su entorno natural, a partir de la información recopilada, además, se utilizó la observación y la encuesta a 30 líderes de instituciones educativas que participaron activamente en el curso de Gestión Directiva en la ciudad de Manta en el 2018.

Procesamiento y análisis de los resultados

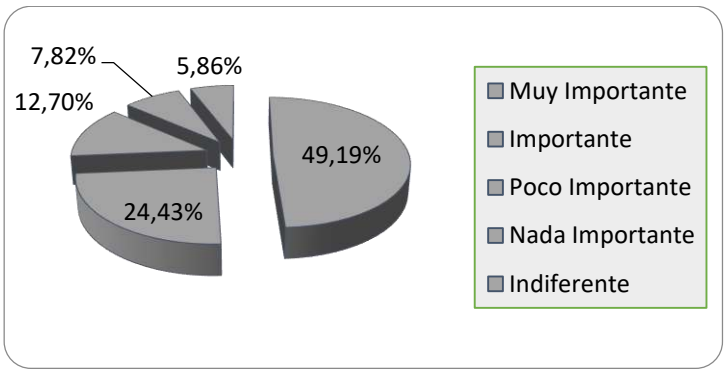
Gráfico 1: El liderazgo pedagógico en IE de Manta



FUENTE: Resultado de las encuestas aplicadas a los docentes.
Elaborado por: Autores

El estudio reveló que la mayoría de las instituciones educativas de Manta no emplean acciones estratégicas innovadoras, ni utilizan métodos de acuerdo con las necesidades de los estudiantes, por ende, no se ha logrado mejorar la calidad ni desarrollar una gestión pedagógica.

Gráfico 2: Importancia de la gestión pedagógica en Manta

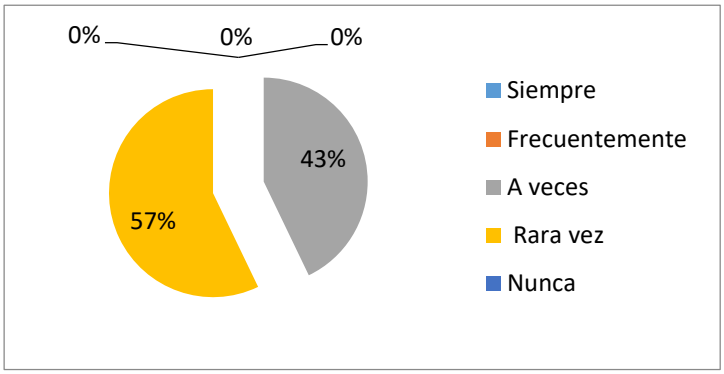


FUENTE: Resultado de las encuestas aplicadas a los docentes.
Elaborado por: Autores

De acuerdo a la ilustración No. 2 se determinó que la mayor parte de los encuestados califican como regular el estilo de liderazgo de los coordinadores educativos en Manta, seguido de un gran grupo que califica como muy bueno; mientras que la menor parte indica que es excelente.

La mayoría de los gerentes educativos en la ciudad de Manta se identifican en sus organizaciones como líderes. En esta consulta se logró detectar que el (49%) de directores manifiesta que la gestión pedagógica es muy importante y que no se está desarrollando de manera efectiva, lo cual puede incidir en la calidad de educación.

Gráfico 3: ¿Con qué frecuencia los líderes socializan nuevos protocolos o normativas en Manta?



FUENTE: Resultado de las encuestas aplicadas a los docentes
Elaborado por: Autores

Los encuestados contestaron en un 43% a veces y el restante 57% rara vez, evidentemente las autoridades del establecimiento educativo han descuidado sus responsabilidades en torno a la comunicación por lo que se realiza un estudio bibliográfico al respecto.

En relación al tipo de liderazgo de los docentes coordinadores en Manta periodo 2018 se estableció que, así como el adecuado manejo de la imagen corporativa de las empresas requiere de realizar un diseño en relación a lo que se desea proyectar, transmitir o compartir a las personas con respecto a la empresa, también en materia de educación, los líderes requieren utilizar estrategias para comunicar e influenciar de manera efectiva y eficiente en los docentes a su cargo.

Una pregunta que se realizó en el conversatorio con los docentes coordinadores de Manta, reveló que la mayoría de los que recientemente ingresaron no tienen experiencia ni formación docente en un 35,80%, cuando escogieron la carrera universitaria no tenían otra opción y aceptaron la docencia para no tener que esperar a otro proceso de ingreso a la universidad.

La mayoría de los titulados son jóvenes, ellos asumen que el Gobierno debe capacitarlos para la gestión (en el caso del sector público); solo el 29,63% de los directores de Manta que fueron encuestados tienen formación docente, el 19,75 % tiene alguna formación docente, el 9,88% ha tenido alguna experiencia docente pero no formación académica y el 4,94% nunca ha estado desempeñado funciones inherentes a la educación.

CONCLUSIONES

El liderazgo refleja la capacidad para influir en la gente de modo que trabaje con entusiasmo en la consecución de objetivos en pro del bien común'. El líder debe ser y parecer, debe estar capacitado para identificar las rutas de aprendizaje mediante los principios pedagógicos y metodológicos, las Ciencias de la Educación, la Pedagogía, la Didáctica, los principios Psicológicos del aprendizaje, el aprendizaje cooperativo, entre otros.

El liderazgo es primordial para la supervivencia de cualquier organización. Un grupo de individuos u organizaciones debe siempre estar encabezado por un líder dispuesto a llevar a su equipo hacia el logro de un mismo objetivo en beneficio de todo el grupo, este líder debe tener la capacidad de guiar, dirigir y decidir.

La comunicación horizontal es un vector estratégico y un indicador integral, su efecto se debe reflejar en el clima laboral, la cultura, el estilo de liderazgo, la toma de decisiones, las relaciones, el trabajo en grupo y, en definitiva, en los niveles de producción y el Desarrollo Organizacional.

La gestión pedagógica permite identificar las características individuales de los estudiantes, las características del grupo e integra los aspectos anteriores: diseñar una estrategia con actividades integradoras (individuales y grupales), enseñar las vías para resolver problemáticas y promover la integración de la unidad de lo científico y lo ideológico.

Una tarea del líder es gestionar la capacitación, la misma que va a permitir retroalimentar los conocimientos científicos y resolver los problemas. Una vez al mes, el colectivo pedagógico puede compartir con los profesores de las asignaturas de profesionalización para diseñar en conjunto estrategias metodológicas que pueden contribuir a la formación.

Los intentos para articular la docencia, investigación e interacción social deben considerar de manera coherente los procesos de todos los niveles de formación y fortalecer el cultivo de valores éticos.

BIBLIOGRAFÍA

Acuerdo Nro. Mineduc-ME-2016-00020-A. Ecuador: MEC. Recuperado de: https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/MINEDUC-ME-2016-00020-A.pdf

Alcántara, M. C. (2009). La importancia de la educación. Recuperado el 30 de mayo de 2019, de sitio Web csi-csif.es.

Álvarez, M. I. (1996). El profesor como comunicador; Un reto de la educación contemporánea. Tesis en opción al título académico de Master en Educación. La Habana: ISPEJV.

Álvarez, J. (2012). Manejo de la Comunicación Organizacional. España: Díaz de Santos.

Ander-Egg, E. (2008). Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires: Lumen Humanista.

Argos, J. y Ezquerra, P. (2014). Liderazgo y educación. España: Editorial Santander

Bass, B. y Avolio, B. (2006). Manual for the multifactor leadership questionnaire. USA. Consulting Psychologist Press.

Begoña, G. y Lara, P. (2009). Estrategias de innovación en la educación superior: el caso de la Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de: file:///C:/Users/PMU%C3%91OZ/Downloads/rie49a09.pdf

Cané M. (2013). El liderazgo del Che Guevara. Ser Gerente. Recuperado de: http://www.sergerente.net/el-liderazgo-de-che-guevara

Castro, A. (2013). Comunicación y empresa: entendiendo los procesos. DIRCOM, 98(1), 22.

Costa, J. (2001). Comunicación en acción. Barcelona, España: Editorial Paidós.

Davis, K. (1981). Comportamiento humano en el trabajo: Comportamiento organizacional. México: Mc Graw Hill.

Fingermann, H. (2010). Estrategias para el aprendizaje significativo. Recuperado de https://educacion.laguia2000.com/estrategias-didacticas/estrategias-para-el-aprendizaje-significativo

Hernández, J. S., Tobón, S. y Vázquez, J. M. (2015). Estudio del liderazgo socio formativo mediante la cartografía conceptual. RIEE. Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa.

Kotler, P. y Keller, K. (2012). Dirección de Marketing (Decimocuarta edición ed.). México Pearson Education

Kotler, J. P. (2012). Marketing de servicios Naturaleza y características de un servicio. México: Editorial Pearson.

Levis-Strauss, C. (2009). El Pensamiento Salvaje. México: Fondo de la Cultura Económica.

Mellado-Hernández, M. E. y Chaucono-Catrinao, J. C. (2016). Liderazgo pedagógico para reestructurar creencias docentes y mejorar prácticas de aula en contexto mapuche. Revista Electrónica Educare, 20(1), 1-18.

Ministerio de Educación. (2017). Manual para la implementación y evaluación de los estándares de calidad educativa. Ecuador: MES

Nava, V. M. (2006). ¿Qué es la calidad? Conceptos, gurús y modelos fundamentales. México: Editorial México

Ordóñez, Cl. L. (2004). Pensar pedagógicamente desde el constructivismo. De las concepciones a las prácticas pedagógicas. Revista de Estudios Sociales, No. 19, pp. 7 – 12.

Ordóñez, Cl. L. (2006). Pensar pedagógicamente, de nuevo, desde el constructivismo. Revista Ciencias de la Salud, No. 4 Especial, pp. 14-23.

Pantoja, M., y Rodríguez, M. (2012). Liderazgo, poder e influencia en la organización. Revista Gestión de julio-diciembre 2012. Colombia: Gestión y Región, 147.

Preciado, Á., Guzmán, H. y Losada, J. (2013). Usos y Prácticas de Comunicación Estratégica en las Organizaciones. Bogotá: ECOE ediciones.

Pimienta, J. H. (2008). Constructivismo Estrategias para aprender a aprender tercera edición. México D.F.: Pearson Educación.

Rodríguez, L. (2011). Teorías y estilos de aprendizaje. Recuperado el 1 de junio de 2014, de sitio Web blogspot.com

Sabino, C. (2009). El proceso de Investigación. Buenos Aires: Lumen Humanitas.

Satir, V. (2007). Psicoterapia Familiar Conjunta. México: Prensa Médica Mexicana.

Steve Jobs: 7 cualidades del líder de Apple. Plus Empresarial. Recuperado de: http://plusempresarial.com/steve-jobs-7-cualidades-del-lider-de-apple/

Teoría de la educación. (2014). XXXII Seminario Interuniversitario de Teoría de la Educación: Liderazgo y Educación. Universidad de Cantabria, 10 al 12 de noviembre de 2013. Revista Interuniversitaria, 26(2(jul-dic)), 287-288.doi:10.14201/teri.12381

Trelles, I. (2001). Comunicación Organizacional. La Habana: Félix Varela.

Vaillant, D. y García, C. M. (2012). Ensinando a ensinar: quatro etapas de uma aprendizagem. Curitiba: Universidad Tecnológica Federal do Paraná.

Watzlawick, P. (2010). ¿Es Real La Realidad? Barcelona: Herder.

Watzlawick, P., Beavin, J., y Donald, J. (2009). Pragmatismo de la Comunicación Humana. Barcelona: Herder.

003. APLICACIÓN DE METODOS INNOVADORES DE ENSEÑANZA EN EL CÁLCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL EN LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA.

APPLICATION OF INNOVATIVE TEACHING METHODS IN THE DIFFERENTIAL AND INTEGRAL CALCULATION IN THE ECUADORIAN UNIVERSITY.

Mgs. Marco Antonio Jara Riofrío
Docente titular
Facultad de Ingenierías
Universidad Ecotec - Ecuador
mjara@ecotec.edu.ec

RESUMEN
La educación superior actualmente atraviesa por una desafiante transición en sus esquemas formativos. Existe la necesidad de considerar los diferentes elementos y personajes claves en la formación profesional, tales como los docentes, estudiantes, contenidos, metodologías. En este escenario los métodos de enseñanza de Cálculo Diferencial e Integral, son elementos guías de formación que favorecen un rol activo del estudiante, con un aprendizaje significativo. El presente trabajo de investigación tiene el objetivo de identificar críticamente los diferentes métodos de enseñanza existentes para el aprendizaje de cálculo matemático en la universidad ecuatoriana y mostrar las alternativas de aplicación.
Palabras claves: cálculo diferencial, cálculo integral, metodología de la enseñanza

Abstract
Higher education is currently going through a challenging transition in its training schemes. There is a need to consider the different elements and key characters in professional training, such as teachers, students, content, methodologies. In this scenario, the teaching methods of Differential and Integral Calculation are guiding elements of formation that favor an active role of the student, with significant learning. The present research work has the objective of critically identifying the different existing teaching methods for learning mathematical calculation in the Ecuadorian university and showing the application alternatives.
Keywords:
Differential calculus, integral calculus, teaching methodology.

INTRODUCCIÓN

Durante el aprendizaje de cálculo matemático, los estudiantes asimilan definiciones y estrategias para resolver problemas, considerándose como un elemento importante para la enseñanza de la misma. Este factor se vuelve un elemento significativo para que el estudiante se convierta en un aprendiz exitoso, pensador crítico y planificador activo de su propia enseñanza, para lo cual el método de aprendizaje a utilizar debe fortalecer sus conocimientos, y así enfrentar los retos cada vez más difíciles, necesitando habilidades creadoras que muchas veces no afloran sino es con la práctica, por lo cual es importante organizar los conocimientos en los planos: conceptual, reflexivo y práctico.

En la educación superior es necesario revisar y actualizar los métodos de enseñanza que se están impartiendo, porque los estudiantes deben ser competitivos y hacer frente al proceso de globalización.

Para llegar al cambio estructural académico es necesario que exista una actualización curricular en la educación básica en el área de matemáticas (Ecuador),el ministerio de educación del Ecuador, indica:

> La sociedad del tercer milenio en la cual vivimos, es de cambios acelerados en el campo de la ciencia y tecnología: los conocimientos, las herramientas y las maneras de hacer y comunicar la matemática evolucionan constantemente; por esta razón, tanto el aprendizaje como la enseñanza de la Matemática deben estar enfocados en el desarrollo de las destrezas necesarias para que el estudiantado sea capaz de resolver problemas cotidianos, a la vez que se fortalece el pensamiento lógico y creativo.

Para ello es necesario cambiar la metodología en que se han venido enseñando, especialmente en cálculo matemático, con el propósito de que los estudiantes posean la capacidad creativa, innovadora y puedan razonar en la solución de problemas con ética profesional.

Según (Briones, 2018)

> En la última década ha existido cambios en la educación superior, debido a la heterogeneidad y diversidad de instituciones, surgimiento de macro universidades y de instituciones de formación técnica, por lo que se ha incrementado el número de estudiantes y se ha mercantilizado la educación.

Estos cambios han conllevado que cada país implemente mecanismos que avalen la calidad de enseñanza en las instituciones superiores, expresado en sistemas nacionales y externos de evaluación y acreditación de la calidad. Se concuerda con (González*, 2008) y (Dias Sobrinho, 2012) estipulan que el “aumento de la calidad en la educación superior dejan de ser un proceso unilateral donde pueden ser evaluados por indicadores estáticos y cuantitativos, transformándose en un proceso multifactorial donde los resultados cambian en dependencia de los patrones de referencia”.

La calidad de un programa académico a utilizar dependerá en gran medida de la preparación de los docentes y métodos utilizados de enseñanza, además del compromiso del estudiante en su formación. La responsabilidad es compartida en la construcción de modelos de enseñanza, requiriendo de esfuerzos y alternativas que permitan profundizar en el

conocimiento de la problemática y hacer de la práctica docente, un espacio de reflexión sobre el saber adquirido.
Según (Quintero, 2019):

> Un tercio de la población mundial pertenece a la denominada generación (Fariña, 2018) *Millennial*. Actualmente este sector de la población protagoniza la fuerza laboral. Los cambios acelerados y el dinamismo del mundo laboral que enfrentamos implica, entre otras cosas, la generación de empleos altamente demandados que no existían hace apenas diez años. De igual forma, gran parte de los estudiantes que cursan hoy en día su educación básica, en el futuro ocuparán empleos que aún no existen.

En estas circunstancias, los docentes tienen el reto de formar profesionales responsables del mundo digital y global, cuyo dinamismo se vuelve cada día más complejo. Es necesario que los centros educativos de educación superior, deben mejorar constantemente en los diferentes métodos de enseñanza y aprendizaje.
Este trabajo de investigación, tiene como objetivo identificar objetivo de identificar críticamente los diferentes métodos de enseñanza existentes para el aprendizaje de cálculo matemático en la universidad ecuatoriana y mostrar las alternativas de aplicación.
Para lo cual se exhortará a la comunidad académica enrumbar su camino hacia la búsqueda de la calidad y excelencia, ofreciendo productos y servicios que satisfagan las nuevas expectativas que impone la sociedad.

DESARROLLO

Metodología

Los avances tecnológicos actualmente, están superando la capacidad para medir la eficacia en términos educativos en las universidades. Entre el dilema de las capacidades actuales y las que se necesitan para enfrentar la **cuarta revolución industrial (4RI)**, las universidades deben evolucionar, adoptando un sistema educativo (Hans Vestberg, 2018) con el concepto “aprendizaje de la vida” facilitando a los estudiantes a que exploren sus capacidades para aprender. Para conseguir esto, los expertos que participaron en el evento de “Annual Meeting of the New Champions 2018 (AMNC)” recomendaron que los estudiantes deben experimentar a una variedad de oportunidades de aprendizaje, que incluyan:
Contenidos pedagógicos reales.

Trabajo profesional integrado en el proceso educativo, es un enfoque pedagógico donde involucre a los estudiantes en una situación problemática real, relevante y de vinculación con el entorno.

Prácticas profesionales y pasantías

Inmersión en comunidades, aprovechando modelos de aprendizaje hibrido, donde se combina la enseñanza tradicional con la instrucción en línea, creando un modelo educativo flexible.

Aprendizaje profundo, enfocado en la disciplina.
Actualmente a nivel mundial, los empleadores exigen cada vez más, títulos universitarios para puestos que anteriormente no requerían estos documentos, este fenómeno está afectando a las universidades y a la competitividad laboral, perjudicando ampliamente a la clase media.

Ante esta situación las universidades ecuatorianas, deben aplicar los métodos más idóneos para la enseñanza de cálculo matemático, y así palear la deficiencia básica de los futuros profesionales. (Karina, 2019)

> Gracias a esta obsesión por la certificación y "titulitis" nos hemos olvidado de que la universidad no es el único camino hacia buenas oportunidades de desarrollo. La Formación Profesional (FP) también ofrece vías de crecimiento para quienes la universidad no es la mejor opción, ya sea por razones económicas o personales. En términos de Formación Profesional, el sistema alemán es una referencia en Europa y en el mundo

Actualmente a nivel mundial, los empleadores exigen cada vez más, títulos universitarios para puestos que anteriormente no requerían estos documentos, este fenómeno está afectando a las universidades y a la competitividad laboral, perjudicando ampliamente a la clase media.
Para obtener el objetivo se aplicó un método de investigación cualitativa basado en la exploración documental y el análisis e interpretación de las fuentes bibliográficas, donde se analiza información de diferentes autores, además se considera información relevante del Tecnológico de Monterey.
Posteriormente se hizo una encuesta, con la finalidad de conocer que metodología utilizaría los docentes de cálculo diferencial e integral en las universidades ecuatorianas, se tomó una muestra de 120 docentes de diferentes universidades del país, el cual tuvo un porcentaje de 41.66% el aprendizaje basado en problemas y 20% en aula invertida.

Enfoques y modelos didácticos para la enseñanza de Cálculo matemático a nivel de la universidad.

La enseñanza del Cálculo matemático como disciplina científica requiere de una práctica docente motivadora, medidora, la cual haga énfasis en las deficiencias conceptuales sobre los fundamentos teóricos, su aprendizaje por parte del docente debe promover de manera creativa estrategias cognitivas y transdisciplinarias para atacar las fallas en la resolución de cálculos complejos, los cuales afectan considerablemente los parámetros académicos.

De acuerdo a (Yadira Álvarez, 2010), señala que: En la actualidad, las matemáticas son el soporte insustituible de los avances tecnológicos y comunicacionales de una sociedad altamente tecnificada, que exige un especial esfuerzo de formación y preparación de sus miembros. (p.227). En tal sentido (Pereira, 2013), confirma que cada día se aplica las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el sector educativo obligando a los docentes y estudiantes a formarse de manera más eficiente. Sin embargo, estudios internacionales como (PISA, 2012), director de Educación de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), el alemán Andreas Scheicher, principal responsable del informe de PISA, asevera

> La calidad de la educación nunca será mejor que la calidad de los profesores, la clave está en "empoderar a los profesores para que lideren esta transformación; pero eso solo puede ocurrir si saben lo que se espera de ellos y reciben el apoyo necesario para enseñar con eficacia". También es necesario, implementar un modelo de enseñanza exitoso basado en la autonomía profesional como una cultura colaborativa, creando las condiciones para el óptimo aprendizaje estudiantil

De esta manera, los modelos de enseñanza plantean una propuesta didáctica en la que se intenta producir a través de diferentes medios educativos la teoría y los hallazgos de la investigación, con énfasis, en el ámbito científico, con el fin de beneficiar la mejora de la calidad de la instrucción, a partir del desarrollo de procesos cognoscitivos, meta cognoscitivos y afectivos en la enseñanza.

Para lograr un proceso de enseñanza- aprendizaje es necesario determinar el rol que desempeña actualmente el docente en la instrucción: Los que conciben el aprendizaje como transmisión de la información, orientando la docencia como estrategias centradas en el profesor, ubican al estudiante en papel pasivo como receptor de la información.
Los docentes que efectúan el aprendizaje como el desarrollo y cambio en las ideas de los estudiantes, situando su docencia en base a estrategias centradas en el estudiante, colocan al alumno en el papel del investigador, para que a través de la guía del docente vaya descubriendo los conocimientos por sí mismo.

La enseñanza alcanza sus objetivos previstos si sus elementos están organizados, donde deben apoyarse y mantener una relación para que la enseñanza sea consistente. Para lograr un aprendizaje constructivista y una transmisión efectiva del conocimiento, en este alineamiento destaca el lugar central de los objetivos y el papel de los métodos de enseñanza y de las actividades, que deben ser apropiadas a los objetivos planteados. Los métodos de evaluación deben ser definidos de forma paralela a la elaboración de las actividades, y según los objetivos. Las tareas de evaluación deben diseñarse para comprobar el nivel de desarrollo del aprendizaje y poder evaluar en referencia a determinados criterios.
De acuerdo a (Roig-Vila, 2017)) las propuestas de cambios en la enseñanza eficiente de Calculo diferencial e Integral en la Universidad, debe ser cuidadosamente planificada, se debe tomar en cuenta los contextos de enseñanza de (Biggs J. , 2006) donde señala como componentes críticos: el currículo (objetivos claros que indiquen los términos de comprensión requeridos), los métodos de enseñanza, los procedimientos de evaluación, el clima de la clase y el clima institucional, reglas y procedimientos.

El aprendizaje en la universidad actual

En las actuales circunstancias de democratización en el ingreso a la educación superior, es importante analizar los nuevos procesos de enseñanza aprendizaje, las estrategias tradicionales no permiten resolver las necesidades formativas de los actuales estudiantes de la universidad (Biggs J. , 2008)

> Los actuales contextos de democratización en el acceso de la educación superior, con su consecuente cambio en la composición del alumnado, llevan a pensar en nuevas formas de abordar los procesos de enseñanza y aprendizaje. Las estrategias tradicionales no permiten dar respuesta a las necesidades formativas de los actuales estudiantes universitarios, dada la democratización de la matrícula universitaria, la diversidad en la composición del alumnado y la necesidad de un mayor acompañamiento para orientar su aprendizaje profundo. El desafío que actualmente tiene el docente es, el cambio de del proceso de enseñanza a un método participativo de los estudiantes

Este concepto socio-constructivista, se genera cuando el estudiante participa activamente en su proceso, construyendo una aplicación real para su aplicación en el campo profesional,

desarrollando actividades concretas y elaborando propuestas a partir de la colaboración de los docentes y sus pares.

Métodos de aprendizaje

Los métodos de aprendizaje, se considera como un conjunto de decisiones sobre los procedimientos a emprender y los recursos a utilizar en las diferentes etapas de un plan de acción con el objetivo en el proceso educativo.

Como indica (Rafael Roa Guzmán, 2003).”Una enseñanza positiva del Cálculo Diferencial e Integral debe iniciar con el diagnostico de conocimientos previos de los estudiantes y lo que necesitan aprender, exigiendo y apoyando para optimizar su aprendizaje”.

Del análisis se deduce que para ejercer una buena práctica docente no es suficiente el conocimiento del Cálculo Diferencial e Integral y ciertas habilidades pedagógicas, también se necesita aspectos cognitivos (cómo se aprende), didácticos (cómo se enseña) y epistemológicos (cómo se concibe el saber a enseñar y a aprender). Esto se sitúa en el entorno social que enmarca la interacción entre el contenido matemático, los estudiantes y el profesor (dónde se enseña y aprende).

Los métodos de enseñanza son múltiples, se pueden aplicar en diversas combinaciones según los objetivos que se intentan conseguir.

Para la enseñanza del cálculo diferencial e integral en la universidad ecuatoriana, se presentan un conjunto de métodos que se pueden considerar representativos de las diversas formas de trabajar en la enseñanza universitaria en función de la finalidad que se persigue.

Aprendizaje basado en la investigación. Consiste en aplicar destrezas de enseñanza y aprendizaje, permitiendo incorporar parcial o total al estudiante en la investigación señalada en métodos científicos, bajo el control del docente.

Según (Monterrey I. T., 2014) determina que, con el fin de proporcionar el aprendizaje de habilidades, actitudes y valores, el modelo basado en la investigación, contribuye:

- Actualmente las actividades de investigación son más interdisciplinarias, el estudiante lograra desarrollara la capacidad de innovar, siendo un productor de conocimiento.
- Desarrollar el pensamiento crítico. Con un sentido ético y cognitivo, conllevando a una actitud científica que favorece a la objetividad y tolerancia.
- Mediante la investigación los estudiantes desarrollaran habilidades que permitan construir conocimiento, convirtiéndose en parte importante en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Desarrollar la sensibilidad y la capacidad sensible de los fenómenos científicos, humanísticos y socioculturales.
- El estudiante desarrollará una conciencia ética de la actividad investigativa, en su compromiso con el conocimiento y en el pensamiento crítico, que permitirá el objetivo de la investigación.

Establece un programa académico, donde el objetivo principal es proveer a los estudiantes habilidades para la búsqueda de información y el pensamiento crítico que permitan culminar exitosamente sus proyectos de investigación.

Método de análisis de casos. Este modo de enseñanza se caracteriza por ser un análisis descriptivo de una situación real o creada, pero viable, se recree las condiciones del medio laboral del futuro profesional.

Según (Sena, 2015), en esta estrategia:

Se identifica un problema real, motivándole al estudiante a resolver en un proceso de toma de decisiones. El docente debe orientar a los estudiantes a que busquen soluciones y así lograr los resultados del aprendizaje, permitiendo perfeccionar las aptitudes y hábitos de dirección del estudiante, además de sistematizar, profundizar y ampliar sus conocimientos

Para su implementación se requiere que los estudiantes analicen y observen sus diferencias, aplicando principios, conceptos y teoría propias del curso. El docente debe diseñar preguntas que ayudaran al análisis. Los estudiantes deben un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del caso de estudio. En esta metodología, la evaluación debe considerar los progresos que realizan los estudiantes han realizado y las condiciones en que han llevado a cabo.

(Monterrey I. T., 2014), indica que las ventajas que se obtiene con el método de casos es la relación existente entre docente y estudiante en el contexto de situaciones reales.

(Monterrey C. v., 2010) Schmidt (1993) ha identificado tres principios de la psicología cognitiva que apoyan el uso del aprendizaje basado en problemas pero que por igual aplican para el uso de casos:

1. Activa el conocimiento previo de los estudiantes, puesto que ellos utilizan su conocimiento previo para abordar el problema que se presenta.

2. A medida que los estudiantes discuten el caso, ellos elaboran con base en el conocimiento que ha sido presentado inicialmente y en el conocimiento que ha sido contribuido. Los estudiantes crean nuevas asociaciones entre los conceptos y las múltiples líneas cognitivas de los conceptos viejos y los conceptos nuevos.

3. Presenta problemas a los estudiantes cuando ocurren en situaciones reales

El aprendizaje ocurre dentro de un contexto similar a aquél en el cual será aplicado. El problema y su solución sirve como un referente para el estudiante cuando problemas similares se le presenten en la práctica. Estos referentes son esenciales para acceder al conocimiento previo almacenado en la memoria.

Aprendizaje basado en problemas. Es una estrategia de enseñanza-aprendizaje, donde un grupo de estudiantes se reúnen con un docente (tutor) para analizar y resolver situaciones de la vida real, ayudando a los estudiantes a desarrollar e implementar destrezas mentales básicas.

Es una metodología que toma a los problemas, como un punto de partida para la adquisición e integración de los aprendizajes. Según (Arceo, 2006) permite al estudiante enfrentar problemas de la vida cotidiana y/o asociadas a su profesión, y desde allí moviliza un conjunto de recursos para aproximarse a su resolución.

Un buen problema debe estar acompañado de una buena metodología. Se podrán adoptar dinámicas grupales. También se deben desarrollar diferentes habilidades de liderazgo, trabajo colaborativo y comunicación. Las dinámicas mostradas, (Bozt, 2019) manifiestan que los estudiantes no solo son capaces de alcanzar los mismos objetivos de aprendizaje que se persiguen con la enseñanza tradicional, generando entusiasmo por el cálculo matemático.

Según (Monterrey I. T., 2014), las ventajas del aprendizaje basado en problemas son:

- ✓ Estimula que los estudiantes se involucren más en el aprendizaje, debido a que tienen posibilidades de interactuar con la realidad y observar sus resultados.
- ✓ La misma dinámica del proceso de aprendizaje basado en problemas y el enfrentarse a los mismos, traslada al estudiante a un pensamiento crítico y creativo, siendo un aprendizaje más significativo.
- ✓ Promueve la observación sobre el propio proceso de aprendizaje, generan sus propias estrategias para la definición del problema, obtencio0n de la información, análisis de datos, construcción de hipótesis y la evaluación.
- ✓ Conforma un modelo de trabajo, los estudiantes utilizan en forma real lo aprendido, comprenda la situación y no solo memorice.
- ✓ Posibilita mayor retención de información.
- ✓ El conocimiento de diferentes disciplinas se integra para dar solución al problema sobre el cual está trabajando, siendo un aprendizaje integral y dinámica.
- ✓ Desarrolla habilidades de estudio auto dirigido, mejorando la capacidad para estudiar e investigar y aprende aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de su vida en problemas reales.

Requiere que los estudiantes reflexionen sobre el problema, analicen y determine hipótesis para la resolución, basados en el aprendizaje previo sobre el tema, para luego comprobar la hipótesis a través de los antecedentes compilados y la fundamentación de sus respuestas

Aprendizaje colaborativo. De acuerdo (O. Revelo-Sánchez, 2018)

> El trabajo colaborativo, en un contexto educativo, constituye un modelo de aprendizaje interactivo, que invita a los estudiantes a construir juntos, lo cual demanda conjugar esfuerzos, talentos y competencias, mediante una serie de transacciones que les permitan lograr las metas establecidas consensuadamente”

El aprendizaje es el empleo didáctico de grupos pequeños de trabajo en el que los estudiantes trabajan juntos, luego de recibir instrucciones del docente, para cumplir con las metas del aprendizaje tanto individual como colectivo.

Determina (Yong Chang, 2018) que la enseñanza de aprendizaje consolidado con el trabajo colaborativo, fomenta al desarrollo de las habilidades en las matemáticas por medio de un proceso de abstracción reflexiva. Existe órdenes prácticas que se desarrollan por ser un proceso de desarrollo continuo, provocando la transformación de las estructuras existentes.
Actualmente la utilización de actividades colaborativas es muy utilizada en todos los niveles educativos. En el entorno educativo ha existido el debate entre los términos de cooperación y colaboración, se ha realizado en función del grado de conformación de interacción de los estudiantes, mientras más estructurada y guiada sea la actividad esta será cooperativa, y en la medida en que los estudiantes logren ejecutar sus actividades con mayor autonomía será colaborativa.
En el análisis (Monterrey I. T., 2014) determina las ventajas de la aplicación de este aprendizaje:

- Desarrolla actitudes positivas hacia el aprendizaje, promoviendo las relaciones ente los estudiantes.
- Aumenta la motivación, autoestima, habilidades interpersonales y estrategias para resolver problemas.

- Fortalece la habilidad de opinar y escuchar, permitiendo que a través de discusiones grupales los estudiantes expliquen con sus palabras lo que ha entendido y corrigiendo los contenidos aprendidos.
- Enseña a compartir responsabilidades, desarrollando el compromiso hacia los demás.
- Enseña a organizar y dividir las tareas y los roles para lograr un mejor resultado, permitiendo potenciar los talentos de los estudiantes en favor del grupo.

No es solo utilizar un procedimiento para laborar de forma ordenada en forma grupal, es una filosofía de vida, donde los estudiantes tienen claro que el todo del grupo es más que la suma de sus partes. Más que una técnica, es considerado como una filosofía de interacción y una forma personal de trabajo, que involucra el respeto a las contribuciones individuales de los miembros del grupo de trabajo.

Aula invertida o Flipped Classroom. Es una metodología de aprendizaje en que invierte el orden de una clase tradicional, la presentación del contenido se realiza antes de la clase presencial, por medio de ayudas didácticas, que los estudiantes revisan en el trabajo autónomo previo a la sesión de clase.
(Monterrey T. , 2014) El aprendizaje es un enfoque pedagógico en el que la instrucción directa se realiza fuera del aula y el tiempo presencial se utiliza para desarrollar actividades de aprendizaje significativo y personalizado.

El aprendizaje invertido no solo se trata de recursos audiovisuales, sin embargo, es necesario reconocer que en ocasiones es importante para explicar conceptos, comunicar hechos o demostrar procedimientos. Si se les utiliza en forma creativa pueden convertirse en una gran herramienta expresiva. Dependiendo del tema a tratarse, se elegirá el recurso a utilizar y de esta manera se puede atender los diferentes estilos de aprendizaje de los estudiantes.
Hasta la fecha, no existe una investigación científica que determine el funcionamiento y cumplimiento con los objetivos del aprendizaje invertido en instituciones educativas. (Iván Gómez García, Mayo 2016) determina que en la Escuela Secundaria de Clintondale en Michigan, el modelo ha brindado beneficios potenciales. Tampoco existe un padrón para implementar el aprendizaje invertido, en la mayoría de los cursos, cuando se obtiene el contenido académico, se realiza los videos, muchos docentes elaboran sus propios contenidos complementados con videos de otros docentes o de otras fuentes, que ayuden a conseguir el objetivo establecido.

Es necesario continuar las investigaciones cualitativas y cuantitativas rigurosas sobre este método de instrucción. Un grupo de educadores experimentados en la red de aprendizaje invertido (Monterrey T. , 2014) conjuntamente con los Servicios de Logro Escolar de Pearson, realizo en 2013 un análisis de la tendencia que resulto la tipificación de las cuatro bases que hacen posible al aprendizaje invertido.

En este método, el docente asume el rol de guía durante el proceso de aprendizaje y deja de ser la única fuente de conocimiento. Facilita el aprendizaje con la atención personalizada, además de las actividades y experiencias importantes que requieren los estudiantes para su desarrollo crítico para la solución de problemas de forma individual y colaborativa. Puede convertirse en una gran herramienta expresiva. dependiendo del tema a tratarse, se elegirá el recurso a utilizar y de esta manera se puede atender los diferentes estilos de aprendizaje de los estudiantes.

Tabla 1. Tipos de aprendizajes, finalidad, sus ventajas y desventajas

Métodos de Enseñanza	Finalidad	Ventajas	Desventajas
Análisis de Casos	Adquisición de aprendizajes mediante el análisis de casos reales o simulados	Buen aliado para el docente para promover la participación activa de los estudiantes. Representa una buena oportunidad para que los estudiantes pongan en práctica habilidades adquiridas	Los grupos son numerosos y por lo tanto se puede perder el control. Los estudiantes pueden apreciar poca relación del caso con los contenidos de aprendizaje del curso.
Aprendizaje basado en problemas	Desarrolla aprendizaje activos a través de resolución de problemas	Estimula que los estudiantes se involucren más en el aprendizaje. Desarrollo de habilidades de pensamiento y para el aprendizaje.	Muchas veces los problemas se complican y confusos, que dificulta la solución de los mismos.
Aprendizaje Colaborativo	Desarrolla aprendizajes activos y significativos con mayor autonomía.	Desarrolla en los estudiantes actitudes positivas hacia el aprendizaje. Acrecienta la motivación y la autoestima tanto en aspectos personales como en el dominio de los contenidos	Funciona solo con equipos pequeños. Puede existir problemas entre los integrantes de los grupos que afectarían el objetivo previsto.
Aula invertida	La instrucción directa se realiza fuera del aula y el tiempo presencial desarrolla actividades de aprendizaje personalizado	Aprenden a aprender por ellos mismos. Mejoran su pensamiento crítico. Mejoran su rendimiento.	Inaccesibilidad al internet significa tarea no realizada. Los docentes asumen preponderancia como guías en el aprendizaje de sus estudiantes.
Aprendizaje basado en la investigación	Incorpora parcial o total al estudiante en la investigación.	Identificar problema que requieren investigación. Generar evidencias con base en la investigación	Dificultad para incorpora actividades de largo plazo con las limitaciones de tiempo de un curso. La posibilidad de más carga de trabajo para el profesor.

Fuente: Elaboración propia

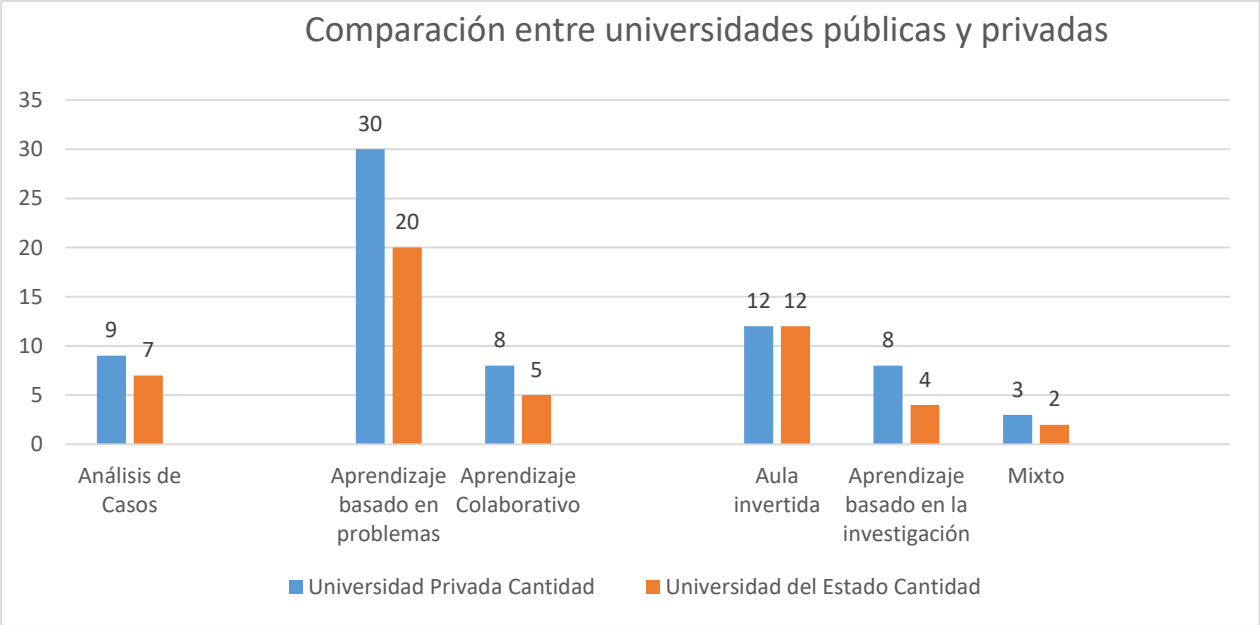
Resultado de investigación sobre métodos de enseñanza en calculo diferencial e integral.

Se realizó una encuesta a 120 docentes que dictan clases de Calculo diferencial e integral en diferentes universidades del ecuador, de los cuales 70 docentes son de universidades privadas y 50 de universidades del estado.
La pregunta: ¿Que método de enseñanza es el más idóneo para la enseñanza de cálculo diferencial e integral?: Análisis de Casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje Colaborativo
Aula invertida
Aprendizaje basado en la investigación
Mixto

Cuadro 1 Comparación entre Universidades públicas y privadas

Método de Enseñanza	Universidad Privada		Universidad del Estado	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Análisis de Casos	9	12.85%	7	14%
Aprendizaje basado en problemas	30	42.85%	20	40%
Aprendizaje Colaborativo	8	11.42%	5	10%
Aula invertida	12	17.14%	12	24%
Aprendizaje basado en la investigación	8	11.42	4	8%
Mixto	3	4.32	2	4%
Total	70	100%	50	100%

Fuente: Elaboración propia

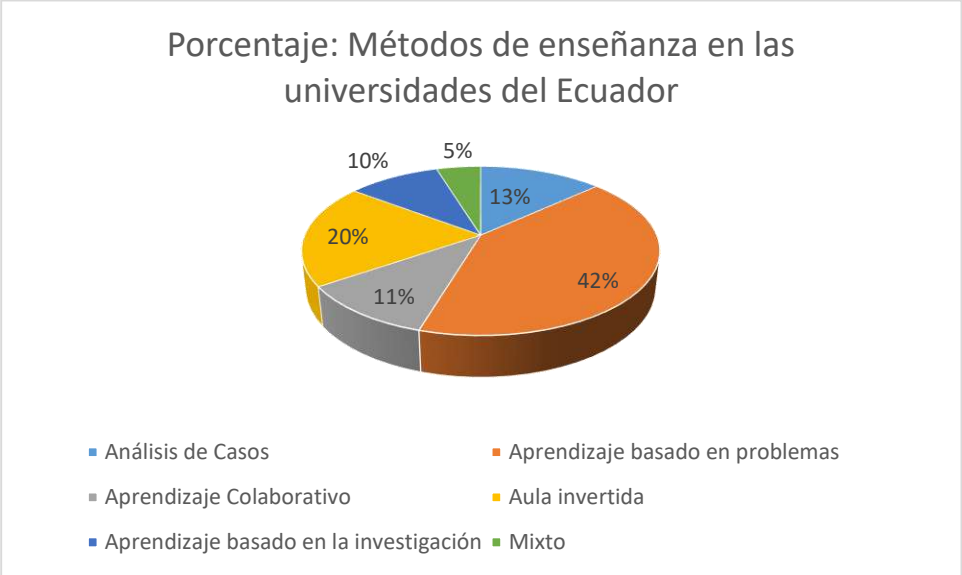


Analizando el grafico 1, se determina que el 42.85% de las universidades privadas del Ecuador, los docentes determinan, que los docentes para el dictado de las materias de cálculo diferencial e integral, el método de aprendizaje basado en problemas es el más adecuado porque los conocimientos a desarrollar por los estudiantes están directamente relacionados con el problema y no de manera fragmentada o aislada.
El 17.14%, el método de aula invertida es idóneo para alcanzar los objetivos deseados, requiriendo el compromiso pleno de los estudiantes como el docente ya que requerirá de varias horas de investigación, análisis crítico reflexivo, creativo e innovador.
Es importante que los métodos de enseñanza mixtos o híbridos, donde combinan la enseñanza presencial con la instrucción en línea.

Cuadro 2 Porcentaje: Métodos de enseñanza en las universidades del Ecuador

Método de Enseñanza	Universidades	Total
Análisis de Casos	16	13.33%
Aprendizaje basado en problemas	50	41.66%
Aprendizaje Colaborativo	13	10.83%
Aula invertida	24	20%
Aprendizaje basado en la investigación	12	10%
Mixto	5	4.18%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia



En las universidades ecuatorianas el método innovador de enseñanza para los cálculos diferenciales e integrales, que se aplicarían son el aprendizaje basado en problemas (42%) seguida con el de aula invertida (20%).

CONCLUSIONES

Luego de analizar los diferentes métodos |innovadores de enseñanza en el cálculo diferencial e integral en la universidad ecuatoriana; se llega a la conclusión que, **los modelos didácticos de resolución de problemas** ocupan un papel importante, pues son fundamentales para el mejoramiento de la enseñanza de los mismos. Para aplicarlos se debe dedicar un espacio, en el cual los estudiantes, conjuntamente con el docente, consigan un clima propicio en el aula que favorezca la adquisición de habilidades. Si bien es cierto, que el aplicar algún método conlleva más tiempo del que se acostumbra dedicar normalmente a la resolución de problemas; no se debe tomar como pérdida de tiempo, pues durante el proceso cada estudiante será capaz de adquirir mayor comprensión y habilidades intelectuales necesarias para toda su vida.

Se debe tener presente que el cálculo matemático no se aprende por transmisión directa de lo que explica el docente o de la información que se obtiene de los libros de texto; sino que se aprende en interacción con situaciones problemáticas las cuales obligan al estudiante a modificar su estructura cognitiva por el contacto con una multiplicidad de acciones que requieren distintas habilidades.
El objetivo de la educación es optimizar el desempeño de los estudiantes, este método didáctico de enseñanza, les ayuda a tener mayor seguridad y confianza al estudiante al momento de resolver un problema.

A través del este modelo los estudiantes reflexionan, meditan y piensan en la sistematización de la solución de un problema, con una coherencia lógica.
La metodología no influye de manera directa en el conocimiento de los estudiantes sobre las Matemáticas, sino en la motivación para el aprendizaje de las Matemáticas, evidenciando el cambio por el conocer y aplicar las nociones matemáticas en sus diferentes aplicaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arceo, F. D. (2006). *Enseñanza Situada: Vinculo entre la escuela y la vida.* Mexico: McCRAW-HILLjINTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Biggs, J. (2006). *Calidad del Aprendizaje universitario.* Madrid: Narcea S.A.

Biggs, J. (2008). *Calidad del aprendizaje universitario.* Madrid- España: Narcea S.A. Ediciones.

Bozt, J. (27 de Mayo de 2019). *¿Cómo logramos 'encantar' con las matemáticas?* Obtenido de https://observatorio.tec.mx/edu-bits-blog/encantar-con-las-matematicas

Briones, V. F. (Enero- Marzo de 2018). Calidad en la Educación Superior. Caso Ecuador. *Atenas*, 180.

Dias Sobrinho, J. (3 de Noviembre de 2012). Políticas y conceptos de calidad: dilemas y retos. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior*, 601-6017.

Ecuador, M. d. (s.f.). *ACTUALIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN BÁSICA.* Obtenido de LA IMPORTANCIA DE ENSEÑAR Y APRENDER MATEMÁTICA: http://web.educacion.gob.ec/_upload/10mo_anio_MATEMATICA.pdf

Fariña, N. (14 de Noviembre de 2018). *El pais* . Obtenido de Diez lecciones de vida que quizá deberíamos aprender de los 'millennials': https://elpais.com/elpais/2018/10/12/icon/1539366093_171447.html

González*, L. E. (Julio de 2008). CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR:. *Calidad en la Educacion*, 276.

Hans Vestberg. (24 de Septiembre de 2018). *¿Por qué necesitamos tanto la ciencia como las humanidades para una educación de la Cuarta Revolución Industrial?* Obtenido de https://europeansting.com/2018/09/24/why-we-need-both-science-and-humanities-for-a-fourth-industrial-revolution-education/

Iván Gómez García, N. C. (Mayo 2016). «Las Flipped Classroom a través del Smartphone: efectos de su experimentación en Educación Física Secundaria. *prismasocial - Nº 15*, pp. 296-351.

Karina, F. (18 de Julio de 2019). El dia que cambio el curso de la educacion superior. *Obsevatorio de innovacion educativa* .

Monterrey, C. v. (2010). *Ventajas del matodo de casos .* Obtenido de http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/ventajas.htm

Monterrey, I. T. (2014). Qué es Aprendizaje Orientado a Proyectos. *Tecnicas Didacticas*. Obtenido de http://sitios.itesm.mx/va/diie/tecnicasdidacticas/4_1.htm

Monterrey, T. (2014). Aprendizaje invertido. *Reporte Edu Trends*, 4-26.

O. Revelo-Sánchez, C. A.-O.-T. (2018). El trabajo colaborativo como estrategia didáctica para la enseñanza/aprendizaje de la programación: una revisión sistemática de literatura. *TecnoLógicas, vol. 21, no. 41*, pp. 115-134.

Pereira, R. E. (6 al 8 de Noviembre de 2013). *Características de una clase de derivada no convencional.* Obtenido de http://ciaem-redumate.org/memorias-icemacyc/361-402-2-DR-C.pdf

PISA. (2012). *Programa para la evaluacion intenacional de Alumnos OCDE.* PISA.

Quintero, E. (25 de Marzo de 2019). Como preparar profesionales ante la incertidumbre. *Obsevatorio de Innovacion Educativa*, 64.

Rafael Roa Guzmán, M. d. (2003). Estrategias generales y estrategias aritméticas en la resolución de problemas combinatorios. *Dialnet*, 5-26.

Reyes, D. y. (2015). Grupos de estudio para favorecer el aprendizaje del cálculo diferencial. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa , publicacion semestral*, 1-18.

Roig-Vila, R. (2017). *Investigación en docencia universitaria. Diseñando el futuro a partir de la innovacion educativa.* Barcelona: OCTAEDRO, S.L.

Sena. (Diciembre de 2015). *Manual de Estrategias de Enseñanza/Aprendizaje*. (S. N. COLOMBIA, Editor) Obtenido de https://www.cepefsena.org/documentos/METODOLOGIAS%20ACTIVAS.pdf

Yadira Álvarez, M. R. (25 de Junio de 2010). *Revista de Pedagogía, Vol. 31, Nº 89,Escuela de Educación Universidad Central de Venezuela.* Obtenido de http://www.scielo.org.ve/pdf/p/v31n89/art02.pdf

Yong Chang, E. A. (8 de Mayo de 2018). rabajo colaborativo y el aprendizajede las matem´aticas en los alumnos de Econom´ıa de la UTEQ. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigaci´on,*, 10-15. Obtenido de https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol3iss10.2018pp10-15p.

004. LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS Y EL FUTURO DE LA EDUCACIÓN EN INGENIERÍA

Víctor Manuel Cárdenas
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS APLICADAS. CARRERA DE INGENIERÍA MECATRÓNICA
vmcardenas@utn.edu.ec, **v1m2c72@gmail.com**

RESUMEN

El impacto de la economía global cambiante, el rápido ritmo de cambio, la vida útil limitada del conocimiento especializado, el papel de la universidad en la innovación, la necesidad de una mentalidad interdisciplinaria, la interconexión global, el auge de la inteligencia de las máquinas y el uso de estándares abiertos, son todos los aspectos que dan forma al mundo rápidamente cambiante. en el que vivimos y en el que educamos a los ingenieros del mañana. Repensar la educación superior de ingeniería y ayudar a iniciar el cambio para mejorar la efectividad de los programas de estudios de ingeniería y formación profesional. Si queremos producir ingenieros auto motivados y responsables, tenemos que cambiar el enfoque de los currículos: de conocimientos a habilidades, para que puedan resolver eficientemente los desafíos sociales y de la ingeniería del siglo XXI a través de soluciones creativas y viables, fundamentadas en el desarrollo de las habilidades claves y en un marco de un conocimiento amplio y profundo de las ciencias fundamentales de la ingeniería.

PALABRAS CLAVES
Educación del futuro, Formación de los ingenieros, La tecnología del futuro, Las profesiones del futuro, Habilidades del futuro.

SUMMARY.
The impact of the changing global economy, the rapid pace of change, the limited useful life of specialized knowledge, the role of the university in innovation, the need for an interdisciplinary mentality, global interconnection, the rise of machine intelligence and the use of open standards, are all aspects that shape the rapidly changing world. in which we live and in which we educate the engineers of tomorrow. Rethink engineering higher education and help initiate change to improve the effectiveness of engineering studies and professional training programs. If we want to produce self-motivated and responsible engineers, we have to change the focus of the curricula: from knowledge to skills, so that they can efficiently solve the social and engineering challenges of the 21st century through creative and viable solutions, based on development of key skills and in a framework of a broad and deep knowledge of the fundamental sciences of engineering.

KEYWORDS
Education of the future, Training of engineers, Technology of the future, Professions of the future, Skills of the future.

INTRODUCCIÓN

El mundo de la educación superior en ingeniería ha sido, hasta ahora, muy conservador, en muchos casos todavía enfatiza habilidades que ya no son críticas en el nuevo mundo y parece ignorar lo que están ganando protagonismo. Muchos programas educativos, concebidos y construidos en los años 70 y 80, en el que los estudiantes ambiciosos son entrenados para convertirse en ingenieros capaces con un título académico. Varias organizaciones de educación superior están señalando que la educación superior en ingeniería está perdiendo la carrera al ritmo de la innovación en tecnología y la demanda de habilidades de la economía del siglo XXI y los muchos cambios sociales de las sociedades contemporáneas globalizadas.[3] El planteamiento de la teoría de las ciencias de la ingeniería ya no será adecuado para equipar a las generaciones futuras de graduados con el conocimiento, el know-how y las habilidades profesionales que necesitan para una carrera exitosa en el siglo XXI. La sociedad del conocimiento está en un estado de transición a una Sociedad Global de Aprendizaje, no es la creación y difusión, sino la adquisición, el intercambio, y la combinación de conocimientos que se convertirán en los factores clave del éxito. El Nuevo Mundo del trabajo también requiere un enfoque más holístico para la educación en ingeniería. La nueva generación de las mentes técnicas brillantes, necesita entender cómo ayudar a resolver los desafíos de la sociedad y la ingeniería del siglo XXI a través de soluciones creativas viables, el rendimiento y función de la cual no solo depende la tecnología, sino también los factores humanos y la inteligencia empresarial. La educación en ingeniería solo estará a prueba de futuro, sino solo conduce a una excelente preparación en rigor técnico, pero también en habilidades operativas para pensamientos creativos, liderazgo y toma de decisiones que se requieren para liderar con éxito y resolver proyectos complejos.[14]

Rápidos desarrollos en la enseñanza y métodos de aprendizaje (aprendizaje móvil, conocimientos compartidos, realidad virtual, análisis predictivo de aprendizaje, y muchos más), está cambiando la libre disponibilidad de grandes cantidades de educación de alta calidad con su disponibilidad en cualquier momento, en cualquier lugar, La innovación y la empleabilidad son los dos principales puntos de referencia para futuras estructuras curriculares y materias asociadas con las necesidades técnicas, profesionales, personales, interpersonales e interculturales del futuro mercado de trabajo.

Después de 2500 años, las observaciones del filósofo griego Heráclito parece más relevantes que nunca cuando manifiesta que la única constante en la vida es el cambio.

Albert Einstein en 1948 en el mensaje a los intelectuales dijo que nuestra situación no es comparable a cualquier cosa en el pasado. Es imposible, por lo tanto, aplicar métodos y medidas que en una edad más temprana podrían haber sido suficientes. Debemos revolucionar nuestro pensamiento, nuestras acciones y tener el coraje de revolucionar las relaciones entre las naciones del Mundo.

Erik Brynjolfsson y Andrew McAfee, 2014, autores de la Cuarta Revolución Industrial y el Foro Económico Mundial 2016, analizan que hemos entrado en una década límite en el que tres fuerzas motrices convergentes están cambiando nuestro mundo en uno lleno de volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad. Estas fuerzas son

1. Globalización y digitalización,
2. La horizontalización del mundo socioeconómico.
3. La mezcla de culturas técnicas, económicas y sociales.[11]

El impacto que estas fuerzas están teniendo en la tecnología, los negocios, la organización y los sistemas sociales actuales, pronostican el tipo de mundo que tendremos en el 2030.

La globalización y la digitalización realmente afectan cualquier trabajo, cualquier problema o solución a la innovación en cualquier disciplina de la ingeniería. Un hilo común en este mundo es el desenfoque de límites: entre naciones, disciplinas y profesiones, entre el mundo académico y la industria, y entre la ciencia aplicada y la ingeniería. Todos y todo está en red y conectado. La distancia, el espacio y el tiempo ya no son límites para la práctica de la ingeniería o la innovación. La comunicación móvil, redes sociales, la nube, análisis de big data, los dispositivos inteligentes, los objetos conectados y los sensores cambian fundamentalmente la forma en que viven, trabajan, se comunican, viajan y juegan, las personas.[2]

La digitalización conduce a una proliferación exponencial de conocimiento e información, caracterizada por el flujo y la saturación. Big data es una gran oportunidad para que el ingeniero mejore, por ejemplo, procesos y aplicaciones de diseño y mantenimiento. Reto para la ingeniería para asegurar el bienestar digital y la ciberseguridad. Analítica de big data y el entorno hiper conectado de la Internet de las cosas desempeña un papel cada vez mayor en el desarrollo de productos y empresas. Permiten la gestión basada en datos, remodelar la ingeniería y los procesos de negocio. Información, interconectividad y los motores de búsqueda están revolucionando la forma en que las personas innovan, diseñan, piensan y viven.[12]

Las máquinas son cada vez más capaces de hacer predicciones y generar nuevos conocimientos, confiar en diferentes tipos de conocimiento e información, y usar diferentes enfoques que los ingenieros humanos harían para abordar el mismo problema. Las máquinas inteligentes aprenden a un ritmo acelerado, ya que están vinculados a la nube e incorporan la experiencia de cualquier otra máquina de su tipo casi instantáneamente. Completan más y más tareas cognitivas no rutinarias y desarrollo de amplias habilidades en dominios que solían ser exclusivamente humano El aumento potencial de la computación cuántica y la simulación pueden mejorar el poder computacional que permite la simulación y la predicción del comportamiento de sistemas altamente complejos y soluciones a problemas fundamentales que están más allá del ámbito de las computadoras digitales de hoy.

El éxito en el negocio de la ingeniería depende del desarrollo de productos de buen desempeño con cero defectos, correctos la primera vez y a tiempo. Incluso un mayor éxito se puede obtener por asociarse, deslocalizar ciertas actividades de I + D (Investigación y Desarrollo), o unirse a laboratorios de innovación abierta. La investigación es cada vez más independiente de la producción y por su I + D, las empresas buscan bolsillos de excelencia de todo el mundo. Como actividades son desglosadas en actividades más pequeñas o digitalizadas, son más fáciles de compartir. Más y más los proyectos se basan en redes dispares de expertos calificados que trabajan juntos para resolver los problemas de ingeniería que publican las empresas, o compiten para ofrecer alternativas y mejores soluciones. Estas

redes de código abierto tienen sus propios modelos, recopilan sus propios datos y se enfocan en aspectos específicos de un sistema a ser diseñado o investigado.[5]
La carrera por encontrar estudiantes talentosos, profesores y jóvenes científicos es global y puede resumirse como una mercantilización de la educación superior. La movilidad del talento es un importante conductor para la creatividad y la innovación. Movilizar talento significa mover empleos a donde está el talento en lugar de reclutar talento para donde están los trabajos.[4]

La globalización se ve impulsada por el crecimiento de la ciencia en los países emergentes. Se abre vastos grupos de talentos de jóvenes ingenieros que pueden ser igualmente o incluso mejor capacitados y más productiva que la gente del mundo industrializado. La gente en los países emergentes está en una base igual cuando se trata de competir por un trabajo de conocimiento global como el de gran escala.[3]

La horizontalizacion del mundo socioeconómico transfiere poder a los consumidores y usuarios finales. Exigen que los productos y servicios que se comercializan a escala global se sientan locales, personalizados y puntuales. Esos productos compiten a escala global mediante la personalización de ellos localmente. Hay un aumento de la demanda de los gobiernos y mercados para procesos y productos sostenibles. Innovaciones que no solo dependen de los niveles de preparación técnica, sino también de los niveles de aceptabilidad de la tecnología, y las empresas deben ser transparentes en cada paso del ciclo de vida de un producto.[10]

La comunicación horizontal a través de redes interdisciplinares y modelos colaborativos que toman el lugar de las capas jerárquicas, eliminando así la compartimentación disciplinaria. Las organizaciones más grandes patrocinan equipos empresariales más pequeños dentro de sus propios muros (“Intraemprendedor”) para ayudar a generar nuevas ideas y estimular la innovación. La facilidad con la que las empresas pueden establecerse hace que los empleados sean menos cautivos para un solo empleador. Esto ha llevado a una liberalización del mundo del trabajo donde las jerarquías se han vuelto fluidas.[9]
La innovación abierta es particularmente útil en los niveles más bajos de preparación tecnología. En espacios de innovación abierta, los recursos para la innovación están disponibles casi instantáneamente a cualquier persona con acceso a la nube. El otro no es necesariamente un rival sino puede ser un recurso interesante en su lugar. En este mundo horizontal, el camino de la ciencia a la innovación, y de la invención a la penetración en el mercado es mucho más corta.

El papel principal de la universidad como productor de nuevos conocimientos está bajo ataque. La educación superior se está liberalizando, monetizando y privatizando a través de cursos en línea orientados por profesores de renombre. Los análisis de aprendizaje están transformando los cursos tradicionales en formas de aprendizaje personalizado avanzado. Hace que la educación sea más tecnológica, y menos estudiantil centrada en el profesor.[8]

La mezcla de estructuras técnicas, económicas y sociales están llevando a los negocios a enfoques de innovación impulsados por la tecnología que es reemplazada por más clientes y enfoques orientados al consumidor. El éxito de la comercialización de productos de consumo masivo es a menudo sobre el lanzamiento de versiones beta en lugar de productos con un rendimiento sin fallos, como lo fue en los años 80 y 90. Para la fabricación y servicio de bienes

de capital tales como aviones comerciales, el éxito, obviamente, todavía depende de cero defectos y bajo costo recurrente. Pero el pensamiento conceptual de los ingenieros se ha vuelto mucho más vinculado al cliente y el usuario final. Cada vez más, el ingeniero se está convirtiendo en el mediador entre los técnicos, especialistas y vida cotidiana.[7]

Acceso a software, herramientas y equipos potentes y fáciles de usar, junto con acceso en línea a los datos, habilidades y conocimientos del mercado y la financiación están revolucionando la forma en que las cosas se diseñan, desarrollan, fabrican, financian, venden y consumen. Se están diseñando prototipos por equipos de expertos, ingenieros, estudiantes, empresarios, financieros, artesanos, proveedores y clientes en espacios de creadores mientras la especificación aún se está escribiendo. Y en cambio del trabajo de innovación que se lleva a cabo en laboratorios de investigación aislados, organizaciones enteras y todos sus empleados se dedican a detectar tendencias y generar ideas.[16]

La innovación impulsa el crecimiento, pero también conduce a inestabilidad, está lleno de peligros y brillantes oportunidades. El mundo actual es incierto, complejo y está cambiando continuamente nuestra educación. Las universidades tienen que repensar su papel en la enseñanza de la ingeniería y las capacidades profesionales asociadas. No importa cuán incierto o complejo sea el futuro de nuestros ingenieros novatos tienen que estar listos para entregar y hacer las cosas en el Nuevo Mundo.[1]

EL FUTURO DE LA EDUCACIÓN EN INGENIERÍA

Grasso y Burkins en el 2010, manifestaba que hoy en día intentamos educar ingenieros del siglo 21 con un currículum del siglo XX impartido en una institución del siglo XIX [10]

Entre ahora y el 2050, la población mundial aumentará de seis a más de nueve mil millones de personas. Ocho de esos nueve mil millones vivirán en los países menos desarrollados de África, Asia y América Latina, cuyo crecimiento económico se espera que sea solo un poco menor que la de los países altamente industrializados. Presentan a la sociedad del futuro con enormes desafíos en muchos frentes, como la transición energética, la infraestructura en entornos urbanos, la migración masiva, la movilidad, el clima, la asistencia sanitaria para una población que envejece y las seguridades cibernéticas y seguridad de regiones y ciudades encontrarán su vulnerabilidad e incapacidad para responder a todas estas crisis. Y porque son tan profundamente interconectados, el paisaje de estos desafíos es dramáticamente diferente a la del siglo XX, requieren soluciones que equilibren: innovación tecnológica, competitividad económica, protección del medio ambiente y florecimiento social. El enfoque de estos problemas debe ser holísticos, flexibles y adaptativos, integrando muchas opiniones e intereses diversos.[2]

La revolución tecnológica acelerada es el otro lado de la ecuación, estamos al borde de un período de cambio irreversible en la tecnología, con nuevas formas en que la ingeniería, la experiencia se pone a disposición de la sociedad, el crecimiento exponencial y la fusión de los emergentes, los avances en tecnología de sensores, inteligencia artificial, robótica, Internet de las cosas, bioingeniería, etcétera, convergen debido a la hiperconexión del mundo digital. Esta revolución transformará nuestra vida, el mundo de los negocios y la economía global como lo conocemos hoy. Los enormes pasos en el descubrimiento científico y la innovación en muchos campos deben, por lo tanto, esperarse en las próximas décadas. Tecnología,

dominio de los ingenieros y los científicos de ingeniería, es un componente esencial para hacer posibles estas innovaciones. Nuestros graduados estarán en el corazón de esta revolución. Para 2040, los estudiantes de hoy estarán a la mitad de su carrera y operan como especialistas, integradores e innovadores de ideas y tecnologías en todo el sector público, privado y académico. Necesitarán capacidades y una mentalidad más allá de la experiencia técnica para vincular disciplinas y sectores industriales. Muchas de las tareas de ingeniería de hoy todavía se enfocan en las actividades típicas del siglo XX relacionadas con el producto y servicio de diseño, fabricación y soporte. Tenían sentido en el siglo XX, pero los ingenieros de mañana serán llamados a realizar una cantidad cada vez mayor de funciones, y colaborar con expertos de múltiples campos. Esta nueva generación de ingenieros no solo debe ser solucionadores de problemas integrales, sino también definidores de problemas en equipos multidisciplinarios para establecer agendas y fomentar la innovación. Ellos producirán muchas nuevas tecnologías que cambiarán el mundo. Pero este cambio solo ocurrirá cuando la gente adopte estas nuevas tecnologías. Por lo tanto, los ingenieros también necesitarán poder influir en sus colegas, clientes y gerentes de negocios que desarrollan una actitud emprendedora durante su estudio.[3]

El mapeo hacia atrás de estas perspectivas de la educación superior en ingeniería, nos muestra una creciente necesidad de capacitación en creatividad y habilidades de innovación del pensamiento, listo para usar, y un ambiente de aprendizaje donde el pensamiento divergente, la generación de opiniones y las interpretaciones subjetivas son alentados Estos ingredientes deberán complementar, y en parte reemplazar, el estilos y habilidades que tradicionalmente se asocian con la ingeniería, como el pensamiento abstracto, un enfoque en respuestas correctas y precisas, y una disposición hacia la objetividad.[2]

La educación en ingeniería debe ser considerada como elemento fundacional estratégico, junto a la investigación técnica, en la edificación de la capacidad de innovación. La ingeniería es la Práctica social de concebir, diseñar, implementando, produciendo y sustentando productos tecnológicos complejos, procesos o sistemas. Pero muchos de los retos sociales y de ingeniería son tan complejos y multidimensionales que no puede ser desbloqueado solo con la antigua clave de las ciencias y la tecnología. Este alto nivel de complejidad es a menudo causado por el comportamiento emergente del desarrollo del sistema, que cambia con el tiempo y no se puede predecir desde sus partes constitutivas. La incertidumbre y el retraso son causados principalmente por la entrada sin fin de nueva información, que requiere que el ingeniero adapte constantemente su comportamiento y estrategias. Esto es especialmente cierto cuando el comportamiento humano, las interpretaciones y las decisiones juegan un papel clave en la solución del problema. Resolver sistemas complejos, por lo tanto, no solo requiere una base sólida en matemáticas y ciencias naturales, pero también una comprensión de la naturaleza de los recursos humanos.[6]

Brynjolfsson y McAfee en el 2014 aseguraban que nunca ha habido un mejor momento para ser ingeniero, con habilidades especiales o la educación correcta, porque estas personas pueden usar la tecnología para crear y capturar valor. Sin embargo, nunca ha habido un peor momento para ser un ingeniero con habilidades ordinarias para ofrecer a la competencia de empleabilidad en todo el mundo. Estudiantes de ingeniería en todo el globo, computadoras, asistentes virtuales y otras máquinas pensantes están adquiriendo estas habilidades a un ritmo extraordinario. [14]

Por lo tanto, los currículos de ingeniería dominados por la ciencia y la investigación no solo deberían alcanzar profundidad tecnológica en las disciplinas de ingeniería, pero enriquecen y amplían el fondo también. Nuestro objetivo es ayudar a los estudiantes de ingeniería a pensar sobre el panorama general, para permitirles ver cómo los contextos sociales, culturales e históricos influyen en los objetivos, procesos resultados de su trabajo de investigación o diseño, y que su trabajo se ve afectado por tendencias sociales que pueden crear consecuencias no deseadas. La ingeniería ya no opera en un vacío, separado de la sociedad.[3]

El mapeo hacia atrás de estas perspectivas de la educación superior de ingeniería, nos muestra una creciente necesidad de capacitación en creatividad y habilidades de innovación, pensamiento listo para usar y un ambiente de aprendizaje donde el pensamiento divergente, la generación de opiniones y las interpretaciones subjetivas son alentados. Estos ingredientes deberán complementar, y en parte reemplazar, los estilos y habilidades que tradicionalmente se asocian con la ingeniería, como el pensamiento abstracto, un enfoque en respuestas correctas y precisas, y una disposición hacia la objetividad.[7]

Lograr ingenieros comunicativos, creativos e interdisciplinarios, principales áreas de conocimiento y capacidad para tres opciones de carrera de un graduado de ingeniería, implicará grandes cambios pedagógicos, por ejemplo, introducir un aprendizaje inmersivo e integrado basado en problemas y desafíos en torno a casos históricos y temas que son de importancia personal y social en el mundo real. Definir y habilitar capacidades que se encuentran en el corazón de cada ingeniero de cada estudiante de ingeniería. Somos estudiosos de los problemas y soluciones que bien pueden ir más allá de su propia experiencia en ingeniería, o incluso la ingeniería en su conjunto. Tenemos que prepáralos para, tres diferentes roles de ingeniería que pueden desempeñar en sus carreras. [2]

En primer lugar, tenemos que habilitar a nuestros graduados para convertirse en expertos, de clase mundial ingenieros con fuertes capacidades de integración para usar y avanzar en la experiencia disciplinaria en sus flecos, o fusionar avances tecnológicos en una disciplina con otras disciplinas.

En segundo lugar, los graduados de ingeniería deberían poder desarrollarse en integradores que sinteticen, operen y gestionen a través de límites técnicos u organizativos en un entorno complejo.
En tercer lugar, nuestros graduados deberían poder asumir el papel de agente de cambio, que significa que deben estar preparados para proporcionar la creatividad, la innovación y el liderazgo que es necesario para guiar la investigación y la industria hacia el éxito futuro. Durante su estudio deben aprender cómo vincular la ciencia y la ingeniería a las necesidades de la sociedad y cómo comunicar esto al público.[13]
La mayoría de los ingenieros de hoy trabajan en la industria y en institutos de investigación y rara vez interactúan de forma individual con personas que se benefician directamente de sus productos o servicios, a diferencia de, por ejemplo, médicos, abogados y maestros. Esto explica por qué en presentar al público, incluso a la ingeniería prospectiva. graduados, no están muy claros acerca de lo que más los ingenieros hacen.

El primer reto en educación siempre ha sido para anticipar las capacidades que los graduados necesitan en sus futuros trabajos. Tenemos que educar a los estudiantes para empleos que aún no existen, utilizando tecnologías que aún no se han inventado, para resolver problemas

que ni siquiera sabemos si lo serán**.** Lo que sí sabemos es que el mundo de mañana será un mundo intensamente volátil, incierto, complejo, ambiguo, digital e hiperactivo. conectado; pero podemos estar bastante seguros de que los ingenieros estarán mejor cuando dominen lo común, los métodos y herramientas de ingeniería, un conjunto de lenguajes de ingeniería comunes como las matemáticas, el pensamiento algorítmico, el pensamiento sistémico, pensamiento de diseño colaborativo, la ética y alfabetización visual.[10]

El segundo desafío es cómo el personal docente puede enseñar y los estudiantes pueden aprender todo lo que se necesita para satisfacer las necesidades de la sociedad y ayudar a resolver los retos de ingeniería en las próximas décadas.
Requiere diferentes estilos de enseñanza y aprendizaje. Que la formación y el fomento de habilidades profesionales. Los conocimientos teóricos técnicos pueden ser transferidos. Aprendidas, pero las habilidades profesionales pueden solo ser desarrolladas. Nos estamos moviendo rápidamente hacia una sociedad de colaboración global, en la que el poder tradicional las estructuras son desafiadas por los nuevos desarrollos y valores del mercado.

Los ingenieros con estas capacidades solo pueden ser producidos por programas educativos que se enriquecen para desarrollar amplitud, tanto en un nivel profesional y personal, a través de capacidades como la autorregulación, la relación., gestión, autoconciencia, empatía y la inteligencia social y emocional.[3]

Los ingenieros no solo tienen que ser técnicamente aptos con amplios conocimientos, pero también con conciencia cultural, capaz de demostrar liderazgo, flexibilidad, movilidad y tener una preocupación. por cuestiones éticas, y capaz de trabajar en colaboración, pensar y diseñar creativamente. Ellos deberían haber aprendido a comunicarse con el público. Estos requisitos en sí mismos no son nuevos, pero su importancia está cambiando, también en los ojos de las empresas contratantes. Las razones por las cuales un empleado tiene éxito en su trabajo son solo parcialmente vinculadas a su conocimiento disciplinario. Factores más esquivos como la ambición, la creatividad, la paciencia, la perseverancia, la orientación internacional y la inteligencia social se convierten al menos en tan importante como un diploma en ingeniería. Para empresas y entidades con sus propios centros de formación o universidades corporativas, contratación en base a conocimientos específicos. se vuelve menos importante que reclutar a alguien con gran potencial. Importa menos que un graduado tiene un profundo conocimiento de señales y sistemas o ingeniería de microsistemas, si él ha demostrado que aprende rápido, trabaja duro, es un excelente comunicador e intensamente leal a su empleador.[7]

Los atributos personales como la autonomía y la empatía son cada vez más importantes en el mercado laboral, la educación académica en ingeniería hace un mal trabajo al ayudar a los estudiantes de ingeniería a pensar sobre sus propias vidas, sus objetivos profesionales, su deseo de intimidad o sus planes para una vida productiva y significativa. Los ingenieros integrales con estas capacidades solo pueden ser producidos por programas educativos que se enriquecen para desarrollar amplitud, tanto a nivel profesional como a nivel personal, a través de capacidades como la autorregulación, la gestión de relaciones, la autoconciencia, la empatía y la seguridad social. inteligencia emocional.[2]

Los ingenieros novatos no solo tienen que ser técnicamente expertos y tener un amplio conocimiento, sino también ser conscientes de la cultura, ser capaces de demostrar liderazgo,

ser flexibles y móviles, y tener una preocupación por los problemas éticos, y ser capaces de trabajar en colaboración y pensar y diseñar creativamente. Deberían haber aprendido a comunicarse con el público. Estos requisitos en sí mismos no son nuevos, pero su importancia está cambiando, también a los ojos de las empresas contratantes. Las razones por las cuales un empleado tiene éxito en su trabajo están ligadas solo parcialmente a su conocimiento disciplinario, factores más difíciles de alcanzar, como la ambición, la creatividad, la paciencia, la perseverancia, la orientación internacional y la inteligencia social, se vuelven al menos tan importantes como un diploma en ingeniería.[5]

La tecnología en sus diferentes formatos es un facilitador de la educación, estos cambios se basan en tendencias mundiales, que, si se identifica oportunamente, permiten a los educadores actuar y adaptarse efectivamente a las necesidades de la comunidad educativa. En este contexto, han surgido varias tendencias, como la necesidad de una mayor comodidad a la hora de enseñar /aprender. En respuesta, las instituciones educativas necesitan desarrollar y adoptar diversas plataformas y herramientas para que los estudiantes y los profesores tienen acceso al material requerido y pueden colaborar de donde sea. Además, nuevas formas de evaluar y realizar un seguimiento del rendimiento de los alumnos, teniendo en cuenta la gran cantidad de datos que ahora se pueden recopilar a través de sistemas de gestión de aprendizaje institucional. Además, el papel de los profesores ha cambiado ahora a ser mentores de los estudiantes. Esto exige tecnologías personalizadas que faciliten las tareas, muy exigentes, requeridas por el nuevo estilo educativo.[17]
La mayoría de las declaraciones de las misiones de las universidades para ingeniería combinan con las tendencias y desarrollos en educación superior, con el mundo de trabajo y la sociedad, en una visión para la educación en ingeniería en 2030 que abarca ocho aspectos claves:

1.- Rigor de los conocimientos de ingeniería.
2.- Pensamiento crítico y resolución no estructurada de problemas.
3.- Pensamiento interdisciplinario y de sistemas.
4.- Imaginación, creatividad, iniciativa.
5.- Comunicación y colaboración
6.- Mentalidad global: diversidad y movilidad.
7.- Cultura de aprendizaje ambiciosa: participación estudiantil y comunidad de aprendizaje profesional
8.- Empleabilidad y aprendizaje permanente.[9]

Los planes de estudio futuros pueden mantener su énfasis en el aprendizaje basado en la disciplina, pero también tienen que centrarse en la visión holística de los ciclos de vida de un producto y sistema, en el que los estudiantes adquieren una comprensión conceptual al aprender sobre las teorías y principios de fenómenos físicos y ciencias de la ingeniería, sobre el modelado de problemas de la vida real mediante suposiciones simplificadas, para transferir su conocimiento a soluciones y diseños factibles de un nivel apropiado de complejidad.[12]

Los tres tipos más comunes de problemas que resuelven los ingenieros en ejercicio están en el campo de toma de decisiones, resolución de problemas y diseño. Para cualquiera de los tres, resolver el problema es más o menos lo mismo que definirlo: no existe un criterio de blanco o negro. Los estudiantes de ingeniería deben aprender que las soluciones a los problemas de ingeniería son mayormente verdadero o falso, se definen como bueno o malo,

y que el criterio de terminación es a menudo suficientemente bueno, deben ser conscientes de que los problemas de ingeniería no tienen un valor único sino un conjunto de soluciones posibles o permitidas. Más énfasis en nuestros planes de estudio para resolver problemas no estructurados de la vida real mediante la combinación de análisis de datos basados en hechos altamente subjetivos e incluso los juicios intuitivos sobre aspectos de un problema, deberían hacer que los estudiantes sean más familiarizados con la incertidumbre de los problemas reales.[9]

Son los nuevos ingenieros quienes introducen gran parte la incertidumbre y complejidad en proyectos de ingeniería para transformar dentro de un marco de sistemas complejos de ciencia que comprende aspectos sociales, operativos y económicos, dedicándose a resolver problemas complejos de ingeniería a nivel: microscópico de información y comunicación, nuevos materiales y nanotecnología, a nivel macroscópico de complejo sistemas de mega ciudades, parques eólicos y sistemas globales como ciber infraestructuras y navegación en el espacio aéreo civil, existe una creciente necesidad de Ingeniería de Sistemas Empresariales y gestión técnica para convertirse en elementos interdisciplinarios esenciales en lo académico y en la vida de todos y cada uno de los estudiantes de ingeniería.[5]

Los estudiantes de ingeniería desarrollan el pensamiento creativo al progresar a través de diferentes niveles en su estudio El nivel más bajo es creatividad expresiva y refleja la capacidad de desarrollar ideas únicas con poca preocupación sobre su calidad. Este nivel es estimulado en rompehielos proyectos, prácticas y trabajos de laboratorio experimentales o tareas que se prescriben y tienen soluciones conocidas.[17]
El segundo nivel es creatividad técnica y se trata de crear diseños y productos que cumplen con los requisitos técnicos pero tienen poco espontaneidad expresiva, este nivel se puede obtener a principios de cursos de diseño a nivel de pregrado; implica aplicar conocimientos recientemente adquiridos a situaciones y contextos bastante sencillos siguiendo métodos de diseño estructurado y procedimientos prescritos para obtener soluciones conocidas.
El tercer nivel es la creatividad inventiva. Es la capacidad de rediseñar diseños o desarrollar nuevos productos vinculando la ciencia y la ingeniería a las necesidades del cliente, y siguiendo un proceso estructurado con metodología de investigación o diseño para obtener una solución desconocida. Creatividad inventiva a menudo implica la comunicación del resultado a un público no experto, por ejemplo, mediante demostraciones de prototipos funcionales.

El cuarto nivel es la creatividad innovadora. Este es el nivel donde los estudiantes piensan fuera de la caja y se mueven más allá de los hilos actuales del pensamiento ingenieril. A este nivel, deberían poder establecer una escuela de pensamiento o formular salidas innovadoras de un equipo diverso, autor regulador que explora formas desconocidas de obtener soluciones para un problema complejo, mayormente interdisciplinario y abierto. Este nivel es generalmente el más alto alcanzable en educación en ingeniería. Un quinto y más alto nivel es el nivel de creatividad emergente.[8]

Hoy en día, los estudiantes de ingeniería aprenden principalmente a colaborar en equipos de ingeniería y discutir asuntos en su propio vocabulario. Suelen impresionar con sus habilidades técnicas, pero a menudo son mudos cuando se trata de discutir los grandes problemas. A menudo se sienten más cómodos con números que con palabras y pensar que las personas que no son ingenieros, no pueden pensar lógicamente. Como la tecnología se está

convirtiendo en una parte cada vez mayor de cada faceta de nuestras vidas, la convergencia entre la ingeniería y la política pública se espera que se incremente. Tienen que ser entrenados en cómo participar en debates sobre áreas más controvertidas. de ingeniería, no solo con ingenieros sino también con laicos, líderes empresariales, políticos, gerentes financieros y abogados, personas con experiencia en ciencias sociales y humanidades, de diferentes culturas, o con diferentes necesidades e intereses. Los estudiantes de ingeniería tienen que comprender las fortalezas y debilidades de la naturaleza humana, si quieren subir la escalera y apelar a colegas supervisores y líderes en su futuro lugar de trabajo. Esto requiere discusión y empatía en lugar de un enfoque didáctico.[15]

Las universidades técnicas se están volviendo más diversas porque, entre otras cosas, la afluencia internacional y el aumento en el intercambio de estudiantes enriquece la cultura de estudio. Se espera que la diversidad aumente aún más porque los estudiantes comienzan a aprender cada vez más a través de los medios de comunicación, aprendizaje a distancia en línea, internet y desde las diferentes redes sociales a la que pertenecen, la tecnología de la información y la innovación crea alternativas cada vez más atractivas. El mundo como su aula, compromiso estudiantil que actualmente se logra siguiendo planes de estudio estándar, pronto cambiarán a un aprendizaje más personalizado, con aprendizaje individual con planes que requieren altos grados de flexibilidad.[17]

¿Entraremos a las aulas sin papel en 2030? Un desafío importante para el personal académico es el mundo digital en rápido desarrollo, con la proliferación del uso de dispositivos móviles, el crecimiento de la conectividad de las redes sociales ha explotado, y la tasa de penetración de los dispositivos móviles entre los estudiantes ha alcanzado un récord. Los jóvenes son adictos a lo social, los medios de comunicación y los estudiantes están a años luz del personal académico. No pueden recordar un mundo sin estas herramientas Redes sociales como YouTube, Instagram, LinkedIn, Facebook y Twitter se utilizan cada vez más para cerrar la brecha entre el profesor y el alumno, y entre el alumno y el resto de la clase.[14]

Las instalaciones de enseñanza y aprendizaje permiten al personal enseñar de manera diferente, quizás al abandonar el mundo lineal y jerárquico del libro y mediante el uso de medios más ricos, pero hay que tomarlo en cuenta que un descifrado frecuente de hipertextos o el estudio de fragmentos multimedia distrae a los estudiantes de la lectura y el aprendizaje profundo.

Los sistemas de respuesta en tiempo real de última generación permitirán al personal docente monitorear mejor aprendizaje de los alumnos y brindar asesoramiento inmediato durante las clases en vivo (aprendizaje personalizado). Aunque gran parte del personal en la educación actual no es nativo digital, sino más probable como inmigrantes digitales, ya no pueden darse el lujo de ignorar estas herramientas.

Los estudiantes deben ser conscientes de que solo pueden tener éxito en su profesión si desarrollar sus propias habilidades personales. Los adultos jóvenes necesitan prepararse para toda una vida de mejora continua y desarrollo, no solo aplicando el conocimiento que tienen, sino también adquiriendo nuevos conocimientos cuando sea necesario. Pasantías, por ejemplo, son una forma de aprendizaje basado en la práctica y aseguran que los estudiantes emulen los hábitos de trabajo diarios y los métodos de ingenieros experimentados, adquieren una visión actualizada en la práctica de la ingeniería y hacer que sea más probable que

entiendan el conocimiento particular y las capacidades profesionales requeridas para convertirse en un ingeniero, y la necesidad de aprender continuamente.[13]

Los empleadores y reclutadores reconocen las pasantías como fuente sustancial de aprendizaje, particularmente las pasantías en el extranjero tienen un fuerte impacto en el aprendizaje, incluso más que estudiar en el extranjero en una universidad. La mayoría de las veces, estas son experiencias de vida que desafían a los estudiantes a ir más allá de lo que piensan, lo que saben y han aprendido en el entorno seguro del capullo universitario.

La innovación tecnológica es uno de los principales impulsores de una demanda siempre cambiante de habilidades profesionales ¿Qué necesitan nuestros estudiantes para aprender a estar preparados para un mundo donde la inteligencia artificial ¿Va a cambiar el panorama del conocimiento y la práctica del diseño y la ingeniería? ¿Cómo podemos enseñarles a unir descubrimientos científicos y aplicaciones prácticas, crear y explotar conocimiento para la innovación de productos y procesos, y traducir conocimiento en sistemas, productos y procesos innovadores y competitivos? ¿Qué tan importante será el conocimiento profundo disciplinario especializado en 15 años, cuando la información y el conocimiento estén en nuestras yemas de los dedos y los ingenieros contarán con el apoyo de sistemas inteligentes que incluso pueden superar al ingeniero de carne y hueso? Los estudiantes no solo tienen que aprender a diseñar bien las cosas, sino correctamente, es decir, aprender a generar ideas utilizando su creatividad.[17]

La creciente complejidad del mundo tecnológico, los ingenieros necesitan marcos y complejas habilidades para resolver problemas, teniendo en cuenta el factor humano y el panorama general, todo con una mentalidad emprendedora, mientras se enfrenta y explota la diversidad, ambos el pensamiento convergente y divergente es necesario, pero no todos podrán dominar ambos tipos de pensamiento. Por lo tanto, será importante colaborar en equipos diversificados que incluyen ambos tipos de pensadores. La innovación futura será cada vez más distribuida o abierta, lo que significa que ya no tiene lugar en laboratorios de investigación aislados, sino en colaboración a través de co-creación con socios comerciales y usuarios finales. Los ingenieros trabajarán en un mundo donde el pensamiento conceptual está cada vez más vinculado al cliente y al usuario final, lo que significa prototipos será desarrollado junto con expertos, diseñadores, gerentes de negocios y clientes en espacios restringidos, mientras las especificaciones aún se están escribiendo.[16]

La misión de la ingeniería esta en: el rigor del conocimiento de ingeniería, en el pensamiento crítico y la resolución de problemas no estructurados, pensamiento interdisciplinario y de sistemas Imaginación, creatividad, iniciativa, comunicación y colaboración, mentalidad global: diversidad y movilidad, cultura de aprendizaje ambiciosa: compromiso de los estudiantes y comunidad de aprendizaje profesional empleabilidad y aprendizaje a lo largo de toda la vida.

Las metas transversales del nuevo modelo para la educación en ingeniería son:

1.- Desarrollar una base robusta de conocimiento sustantivo de ciencias de la ingeniería.
2.- Desarrollar habilidades robustas para usar el conocimiento para formular y solucionar problemas creativamente: creatividad, intuición de ingeniería e ingenuidad práctica,

3.- Desarrollar las actitudes necesarias para formular y solucionar problemas creativamente: persistencia, y sano escepticismo, dinamismo, agilidad y flexibilidad.
4.- Desarrollar las destrezas y actitudes para el liderazgo, trabajo en grupo y comunicación efectivos.[12]

El futuro puede llegar mucho antes de que hayamos podido realizar los cambios necesarios.

CONCLUSIONES

1. Los currículos de ingeniería tienen que cambiar el enfoque de conocimientos a habilidades. Si queremos producir ingenieros auto-motivados y responsables, capaces de resolver los desafíos sociales y de la ingeniería en el siglo XXI.

2. La innovación y la empleabilidad son los dos principales puntos de referencia para futuras estructuras curriculares y materias asociadas con las necesidades técnicas, profesionales, personales, interpersonales e interculturales del futuro mercado de trabajo.

3. En las próximas décadas, las universidades de ingeniería pasarán de institutos del conocimiento a institutos de conexiones. Cuanto más abierto e interconectado esté el mundo, cuanto más fuerte es la necesidad de un sentido de pertenencia y se convierte en una comunidad de confianza.

BIBLIOGRAFÍA

1. Trevelyan, James P.; *The making of an Expert Engineer; How to have a wonderful Career creating a better world and spending lots of money belonging to other people*; CRC Press/Balkema; Leiden, 2014.;
2. Wagner, *Tony; Creating Innovators, The Making of Young People who will Change the World,* Scribner, New York, 2012.
3. Hobert, Carl F.; *Raising Global IQ; Preparing Our Students for a Shrinking Planet*; Beacon Press; Boston, 2013.
4. Susskind, Richard; Susskind, Daniel; *The Future of the Professions; How Technology will Transform the Work of Human Experts*; Oxford University Press; Oxford, 2015.
5. Ross, Alec; *TheIndustries of the Future*; Simon & Schuster, New York, 2016.
6. Schwab, Klaus; The Fourth Industrial Revolution; World Economic Forum; Geneva, 2016.
7. Meijers, A.; Brok, P. den; *Engineers for the future: an essay on education at TU/e in 2030. Eindhoven University of Technology*; Eindhoven, 2013.
8. Marshall, Stephanie, Strategic *Leadership of Change in Higher- Education*, Routledge, Oxon, 2007.
9. Kamp, Aldert;*Educating tomorrow's innovative engineers to maintain Europe's Leadership in aerospace*; CEAS Quarterly Bulletin, pp. 47-49, December 2013.
10. Hatch, Mark; *The Maker Movement Manifesto; Rules for Innovation in the new World of Crafters, Hackers, and Tinkerers*; McGraw-Hill; New York, 2014.
11. Grass D Burkins M. *Holistic Engineering Education*: Beyond Technology 2010 Edición, Edición Kindle.
12. Brynjolfsson E y McAfee A**.** *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies.* ISBN 978-0393239355.
13. Sheppard S D, Macatangay K, Colby A y Sullivan W M. *Educar Ingenieros. Diseño Curricular para el futuro de la profesión*. Primera Edición. Colombia 2017. ISBN 978-958-762-699-5.
14. Yang M y Cham J. *An analisys of sketching skill and its role in early stage engineering design*. Journal of Mechanical Design. 2007.129(5). 476-482.
15. Smith K, Sheppard S y Johnson D. *Pedagogies of engagement: classroom-based practices.* Journal of Enginniering Education. 2005. 94(1). 87-101.
16. McCabe D. *Classroom cheating among natural science and engineering majors. Science and engineering ethics*. 1997.3(4),433-445.
17. Agogino A y His S. *The impact and instructional benefit of using multimedia case studies to teach engineering design. Journal of educational hypermedia and multimedia*. 2004. 3(3-4). 351-376.

005. CALIDAD EN LA GESTIÓN UNIVERSITARIA: MEJORAS EN EL PROCESO DE TUTORÍAS DE TITULACIÓN. CASO: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Autores:

Edison Fernando Chiriboga Cisneros[1]
Docente Titular Investigador de la Universidad de Guayaquil
edison.chiribogac@ug.edu.ec
orcid.org/0000-0002-5764-8065

José Alonso Hidalgo León[2]
Docente Titular Investigador de la Universidad de Guayaquil
Jose.hidalgol@ug.edu.ec
orcid.org/0000-0002-5499-1351

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es determinar los factores que afectan el proceso de titulación que desarrolla la Universidad de Guayaquil. Se utilizaron dos métodos, el primero fue el Diagrama de Pareto, el cual permite en identificar las principales falencias que afectan el proceso, según los criterios de calidad en la gestión universitaria, así como el modelo factorial, el cual correlaciona variables entre sí, y obtener información relevante, para medir la calidad de los estudiantes. Para garantizar la información se determinaron tres variables con el componente Amplios conocimientos teóricos, dos variables con el componente Calificación docente en las metodologías de aprendizaje y cinco variables con el componente Plan de estudio con perfiles profesionales, que permitirán obtener información de la percepción de los alumnos. Los resultados mostraron que los docentes y estudiantes perciben al sub-criterio plan de estudio con perfiles profesionales como el peor evaluado respectivamente, por lo que, las autoridades deben implementar estrategias para minimizar esta falencia.

Palabras clave: calidad-gestión universitaria-criterios-proceso-titulación

ABSTRACT

The research aim is to determine the factors that affect the degree process carried out by the University of Guayaquil. Two methods were used, the first was the Pareto diagram, which is based on identifying the main flaws that affect the process, according to quality criteria in university management, as well as the factorial model, which is based on correlating variables among themselves, and obtain relevant information, to measure the quality of the students. The results showed that according to teachers' perception, the worst evaluated criterion with

---

[1] Master in Business Administration; Gestión en Finanzas, Licenciado en Turismo Ecológico; actualmente es Docente en la Universidad de Guayaquil en la Facultad de Ciencias Administrativas en la Carrera de Turismo.

[2] Master en Dirección y Gestión Turística; Master en Planificación y Diseño de Destinos y Productos Turísticos; Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera; actualmente Docente en la Universidad de Guayaquil en la Facultad de Ciencias Administrativas en la Carrera de Turismo.

40% was the Professional Profile Study Plan, due to the fact that the majority of teachers do not possess skills for this process. To guarantee the information, three variables were determined with the knowledge component, two variables with the Learning component and five variables with the Professional study plan component, which will allow obtaining information on students' perception.

Key Words: quality-university management-criteria-process-certification

1. INTRODUCCIÓN

El proceso de construcción de los trabajos de titulación a nivel de pregrado en el Ecuador se ha concebido en los últimos años como un esquema complejo, partiendo desde el hecho que las universidades e institutos superiores tecnológicos, han tenido que acatar el reglamento de régimen académico propuesto por el Consejo de Educación Superior. El mencionado reglamento establece distintas modalidades para la titulación, para que las Instituciones de Educación Superior - IES seleccionen al menos dos de ellas, y las mismas varían entre trabajos de investigación, planes de negocio, análisis o estudios de casos, entre otros. Antes de la publicación del reglamento, en el año 2013, la mayor parte de las IES, ofrecían un programa denominado "seminario de graduación", el cual consistía en una serie de módulos de actualización profesional, en modalidad presencial, dados principalmente durante los fines de semana y con una duración entre 3 a 6 meses, completando así entre 400 a 600 horas de clases teóricas, prácticas y autónomas.

Los egresados que optaban por la elaboración de la tesis de grado representaban la minoría, y se embarcaban en un proceso escabroso, ya que los tutores no poseían directrices para elaborar las tesis, y los formatos no eran claros ni específicos, por lo cual los trabajos finales dependían del criterio personal de los tutores asignados. Por otro lado, la gran mayoría de docentes designados como tutores eran contratados en modalidad de servicios prestados, y sobre todo en universidades públicas, el pago de las tutorías de titulación no estaba contemplado en los presupuestos de las facultades, por lo que se creaba una gran desmotivación de los docentes para aceptar ser tutor e invertir su tiempo en un proceso ad honórem.

En la Universidad de Guayaquil se suscitaban similares escenarios que, en el resto de las instituciones públicas y privadas, y es a partir del año 2014 en el que la entidad educativa fue intervenida por el gobierno nacional a través del Consejo de Educación Superior, en el que los procesos de titulación comienzan a regularse para encaminarse en el debido proceso, como lo establece el reglamento de régimen académico. Para ello las direcciones de carrera designaron comisiones académicas de titulación, integradas por profesores con contratos ocasionales y titulares, los mismos que desarrollaron protocolos especiales para las tutorías, volviéndose responsables de la planificación de tutorías. Sin embargo, en cada una de las carreras se desarrollaron protocolos distintos y políticas muy diferentes, dejando de existir unanimidad académica que represente a la institución y generando trabajos de titulación sin un formato específico, ya que tenía variaciones en cada una de las carreras de las 18 facultades de la Universidad de Guayaquil.

Al final del periodo de intervención, se dejaron aprobados formatos más explícitos y detallados de los trabajos de titulación del nivel de pregrado, sin embargo, no se consideró la tutoría de titulación como proceso esencial para la consecución eficiente de los trabajos de investigación, nuevamente la tutoría como tal, se desarrolló de manera empírica y bajo un mero control del cumplimiento de horas mínimas a través de los encuentros presenciales entre el tutor y el estudiante.

Es de suma importancia señalar que este estudio tributa a los resultados del proyecto de investigación FCI "**La gestión del conocimiento y su incidencia en la calidad Integral universitaria",** de la Universidad de Guayaquil en Ecuador. El proceso de titulación y su respectiva tutoría en específico, pertenecen a una de las funciones sustantivas de la institución como lo es la Docencia, por cual es pertinente analizar las acciones tutoriales

llevadas a cabo para poder determinar falencias y evaluar la calidad integral de la gestión universitaria.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

En la Ley Orgánica de Educación Superior – LOES (2010) se establece que en el sistema de educación superior ecuatoriano la calidad académica de la educación superior se articula en un principio que pretende desarrollar una búsqueda sistemática y continuada de la excelencia, pertinencia, producción científica, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento permanente

Según Tapia (2013) la calidad en la educación superior se compone de una serie de técnicas y estrategias denominadas políticas, acciones y procedimientos, que ejercen un control, regulan el sistema, garantizan y promueven la calidad de las IES en todas sus instancias y niveles y que permiten el aseguramiento de la excelencia académica, así como los diversos procesos de mejora continua que todas las instituciones educativas deben poseer.

La tutoría ha evolucionado en el sistema educativo universitario en todas sus etapas considerándose una acción imprescindible para la mejora integral de la calidad educativa, la etapa de titulación, la última antes de obtener el título profesional, no es la excepción. Para Sanz (2012), las tutorías han sido procesos de gran importancia para la calidad educativa, pero esta actividad ha tendido a desaparecer sobre todo en los niveles superiores.

En el caso de España, por ejemplo, la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación – ANECA (2011) promueve la actividad tutorial para el apoyo y orientación al estudiante, el mismo que debe iniciar desde la matriculación hasta la evaluación de la calidad de un proceso de tutoría de titulación universitaria, a su vez, este se ha convertido en un criterio de evaluación para las titulaciones universitarias. Sanz (2012) coincide, y establece que la aparición de nuevas metodologías, técnicas de estudio, organizaciones del trabajo, entre otros factores, determinan cambios relevantes para docentes y estudiantes, por lo que las tutorías deben considerarse necesarias para facilitar la adquisición de nuevas competencias académicas.

En el Ecuador, las IES están sometidas a evaluaciones periódicas a través de un modelo de evaluación que posee diversos criterios, tales como: Organización, Academia, Investigaciones, Vinculación con la sociedad, Recursos e infraestructura y Estudiantes; y se centra en los resultados de los objetivos y metas institucionales, sin embargo, no considerarlos diferentes indicadores de los procesos para alcanzar dichos objetivos. Es aquí donde las acciones tutoriales en los diferentes niveles y procesos académicos se vuelve un factor transversal que permite el alcance óptimo de los objetivos planteados por las IES y la mejora en los procesos de obtención de dichos objetivos (Veliz, 2018).

La mejora de los sistemas de calidad en las universidades ecuatorianas dependerá de la comprensión de los actores académicos que la universidad no es únicamente docencia, sino que se sustenta en procesos imprescindibles como la investigación científica, la gestión del conocimiento y el servicio a la comunidad.

En el ámbito de la acción tutorial se han realizado diferentes esfuerzos para desarrollado diferentes modelos tutoriales, entre los que resaltan tres según Lugones, Santos y Rodríguez, (2011):

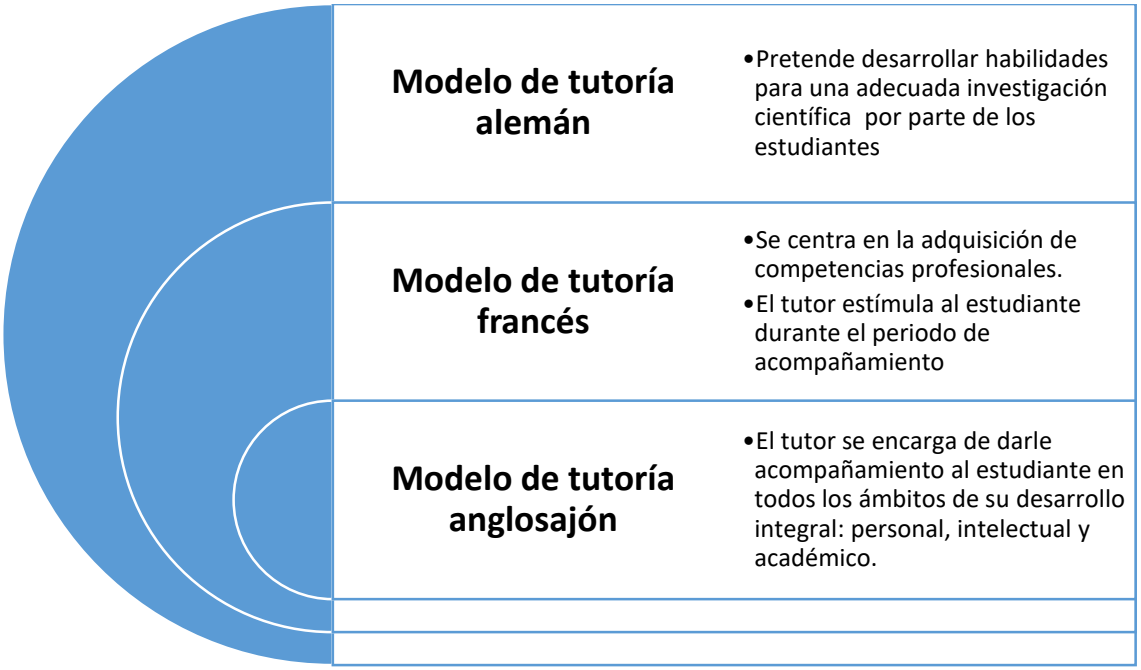


Ilustración 1 Modelos de Tutorías

Fuente: elaboración propia a partir de Lugones, Santos & Rodríguez (2011); Sánchez, Conde, García & Izard (2013).

Existen también modelos complementarios que no sólo forman parte del proceso de titulación, sino que además están presentes en otras instancias académicas de los estudiantes universitarios, en especial para aquellos que pasan por el periodo de transición de la educación secundaria a la educación superior.

Según Sánchez, Conde, García & Izard (2013) los modelos que se presentan a continuación promueven la adquisición de competencias profesionales y personales específicas del estudiante, principalmente cuando estos modelos son aplicados desde el ingreso del estudiante a la universidad y existe un acompañamiento durante todo su trayecto académico, inicialmente orientativo y posteriormente específico hasta llegar a la etapa de titulación o de grado como se denomina en diversos países:

Tutoría personal: necesita de tutores con experiencia en resolución de problemas y orientacion sicológica. Promueve el desarrollo personal integral.

Tutoría académica: el tutor pretende orientar al estudiante para adquirir competencias profesionales hasta que este se vuelve auttónomo.

Tutoría de iguales: también conocida como mentoría o su traducción a la lengua ingllesa, peer tutoring. Se aplica a través de la participacion de estudiantes de cursos superiores como tutores con la orientación de docentes. Se enfoca en aspectos intelectuales y/o académicos

Ilustración 2 Otros modelos de Tutorías (complementarios)

Fuente: elaboración propia a partir de Sánchez, Conde, García & Izard (2013).

Definitivamente la labor tutorial juega un rol preponderante en la consecución de los objetivos institucionales, pero también en las metas personales y académicas que se ha planteado el estudiante cuando este optó por emprender el camino hacia la obtención de un título profesional en una institución de educación superior.

Según Ocampo (2012) la tutoría de titulación se articula como una labor de orientación por parte de un docente designado para ello, y puede estar dada con un grupo o con un alumno de manera individual. El docente-tutor juega un rol bastante especial, puesto que es el quien manejará con plena autonomía las tutorías que han sido asignadas a su cargo, para lo cual, a más de ser un profesional competente en su área de conocimiento, deberá tener capacidad de persuasión, habilidad para influir de manera positiva en los demás, comprensión de los problemas de la juventud y de las situaciones reales y complejas que les suceden a este segmento, sensibilidad para entender los desafíos de los jóvenes universitarios, sobretodo de aquellos que el cambio del colegio a la universidad ha sido más brusco y capacidad para establecer relaciones cordiales con los individuos de su entorno.

Muchas veces en las instituciones de educación superior se centran en seleccionar tutores de titulación con grandes habilidades para la elaboración de proyectos y amplios conocimientos en la metodología de la investigación, desconsiderando los puntos previamente mencionados, aunque de igual manera suele suceder lo contrario, y docentes con poca experiencia y capacidad investigativa asumen roles de tutores en el proceso de titulación generando irregularidades.

La tutoría de manera general contendrá tres fases a lo largo de trayecto académico del estudiante:

a) Incorporación y adaptación a la vida universitaria

b) Itinerario profesional durante la cursada de los estudios universitarios

c) Aspectos vocacionales, titulación y transición al mundo laboral.

Para las entidades universitarias a nivel mundial, la tutoría no se ha planteado como una necesidad institucional, sino como una función de la gestión académica del docente, limitándose a espacios para resolver inquietudes académicas, elaboración de trabajos de aula y proyectos de investigación como aquellos que tributan a la titulación del estudiante (Álvarez Rojo, 2004), dejando a un lado el desarrollo personal del estudiante y la percepción que este tenga del proceso enseñanza-aprendizaje que se promueve durante las tutorías (González, 2006).

Medir la calidad de la acción y proceso tutorial es algo complejo y conlleva variedad de criterios, sin embargo, el más destacado de estos es el criterio satisfacción (Sánchez, Conde, García & Izard, 2013). Por lo tanto, la satisfacción del estudiante se convierte en un indicador certero de la calidad de los procesos de tutorías, en especial de aquellos enfocados en la titulación de los egresados, ya que responde a situaciones y condiciones reales tanto del estudiante como del cuerpo docente y se constituye como un componente de análisis bastante interesante. En la Universidad de Guayaquil, el criterio satisfacción es medido a través de un cuestionario de evaluación que debe ser llenado por el estudiante a través de la plataforma web del sistema académico de la institución y que aporta a la calificación general de la evaluación docente.

3. METODOLOGÍA

La importancia que ha adquirido el término “Calidad” en los diferentes contextos, ha permitido replicar en el sector de la educación, así como la identificación de parámetros para medir la evaluación de la gestión universitaria, tal como lo menciona Gallifa (2004) citado por Duque, (2009), los cuales responden al cumplimiento de la calidad en los procesos y en los resultados, y así contribuir a la mejora en el proceso de tutorías de titulación.

Para este estudio se utilizó el cumplimiento en la calidad de los procesos de titulación, el cual menciona sub-criterios de evaluación como: planes de estudio con perfiles profesionales, calificación docente en las metodologías del aprendizaje, desarrollo de competencias y amplios conocimientos teóricos.

Se realizaron dos fases para el cumplimiento de los objetivos:

1era fase: se realizó una encuesta con los docentes de la Universidad de Guayaquil, pertenecientes al área de Titulación, así como lo evidencia en la franja horaria respectivamente.

En este estudio participaron 503 docentes que forman parte de las 18 facultades establecidas al momento, la edad promedio de los docentes fue de 43 años y el 62,5% de los entrevistados eran hombres.

Los datos se recogieron en las instalaciones de la Universidad de Guayaquil. Todos los docentes contestaron el cuestionario de manera voluntaria y anónima. El cuestionario constó de 10 preguntas, obteniendo como resultado la identificación de falencias, según la percepción de los entrevistados. El cuestionario comprendió con 3 ítems de opción múltiple, 5 con preguntas cerradas y dos basados en la escala de Likert (valoradas del: 1 nada desacuerdo al 5 muy de acuerdo).

Para el análisis de los datos se utilizó la herramienta de Pareto, la cual permite identificar los problemas recurrentes y de gran relevancia que afectan el proceso de tutorías de titulación, se preguntó acerca del proceso de tutoría de titulación, así como las falencias que inciden en los 4 sub-criterios inmersos en el cumplimiento de la calidad de los procesos.

Tabla 1 Ficha Técnica No.1 del estudio

Universo	Docentes Tutores de la Universidad de Guayaquil
Muestra	450 docentes que descargan en su franja horaria como tutores de titulación.
error muestral	+/- 5% y con un intervalo de confianza del 95%
Técnica de recolección de información	Encuesta
Periodo de recolección	Octubre/2018- Diciembre/2018
Procesamiento de la información	Excel (diagrama de Pareto)

Fuente: elaboración propia

2da Fase: en este estudio se realizó una encuesta a los estudiantes que se encuentran en el noveno semestre, es decir alumnos que son aptos para realizar el proceso de titulación, participaron 388 alumnos inscritos en las 18 Facultades pertenecientes a la Universidad de Guayaquil. Cabe recalcar que los estudiantes inscritos en el proceso de titulación pertenecen a las carreras aprobadas a partir del año 2012, las cuales están vigentes para otorgación de títulos y receptaron nuevos estudiantes hasta el año 2017. En el año 2018, los nuevos estudiantes accedieron a las carreras rediseñadas por la IES y aprobadas por el Consejo de Educación Superior del Ecuador – CES.

Los datos se recogieron in situ, y constó de 18 preguntas, cada una de ellas está valorada a través de la escala de Likert del 1 al 5, siendo uno la peor calificada y cinco la mejor calificada. Estas preguntas corresponden a los cuatro criterios que inciden en la calidad de los procesos.

Para el análisis de los datos se utilizó el programa SPSS v21, el cual permitió identificar un conjunto de variables correlacionadas entre sí, pero con un menor número de factores, y a su vez, explicar el máximo de información contenida en los datos.

Tabla 2 Ficha Técnica No. 2 del estudio

Universo	Alumnos egresados de la Universidad de Guayaquil
Muestra	450 alumnos inscritos en el noveno semestre de la Universidad de Guayaquil
Error muestral	+/- 5% y con un intervalo de confianza del 95%
Técnica de recolección de información	Encuesta
Periodo de recolección	Diciembre/2018- Enero/2019
Procesamiento de la información	SPSS v.21

Fuente: elaboración propia

4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

1ra Fase.

La encuesta realizada a los docentes de titulación permitió identificar las falencias percibidas por los docentes, según el proceso utilizado por la Universidad de Guayaquil. A continuación, se detallan los datos adquiridos.

Tabla 3 Falencias percibidas por Docentes

Críterio	Causas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1	Planes de estudio con perfiles profesionales	200	40%	40%
2	Calificación docente en las metodologías del aprendizaje	120	24%	64%
3	Amplios conocimientos teóricos	98	19%	83%
4	Desarrollo de competencias	85	17%	100%
Total		503	100%	

Fuente: elaboración propia

Basado en la tabla 3, se puede denotar que los docentes que son asignados al proceso de titulación concuerdan en un 40%, que el sub-criterio plan de estudio con perfiles profesionales es la peor falencia, y con un 24% el sub-criterio calificación docente en las metodologías de aprendizaje utilizadas para el proceso de titulación. En resumen, el 64% de las falencias encontradas en el proceso de titulación son ocasionados por el sub-criterio 1 y 2. (Ver ilustración 3).

Ilustración 3, esta herramienta permite considerar a los Planes de estudio con perfiles profesionales, como el principal factor de falencia que afecta el proceso de titulación.

Fuente: elaboración propia

2 da fase

La encuesta realizada a los estudiantes permitió identificar los factores homogéneos que expliquen el máximo de información sobre el fenómeno de estudio. Para cumplir este objetivo fue necesario elaborar el análisis factorial. Según González (2013), es una técnica de reducción de datos que sirve para encontrar grupos homogéneos de variables, y así explicar el máximo de información contenida en los datos.

La muestra Káiser-Meyer-Olkin (KMO), muestra un valor superior al ,634, que se considera regular, pero como se encuentra con un valor superior a 0,60, se indica que se puede proseguir con el análisis factorial. Del mismo modo, la prueba de esfericidad es ,00 y menor a 0,5, por lo que garantiza que este modelo es adecuado. (véase ilustración 4).

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,634
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	867,315
	gl	153
	Sig.	,000

Ilustración 4. Prueba de KMO y Bartlett.

Fuente: datos obtenidos del software SPSS v 21

Tabla 3 Comunalidades

	Inicial	Extracción
VAR00001	1,000	,638
VAR00002	1,000	,540
VAR00003	1,000	,556
VAR00004	1,000	,815
VAR00005	1,000	,574
VAR00006	1,000	,584
VAR00007	1,000	,601
VAR00008	1,000	,356
VAR00009	1,000	,512
VAR00010	1,000	,798
VAR00011	1,000	,791
VAR00012	1,000	,635
VAR00013	1,000	,836
VAR00014	1,000	,722
VAR00015	1,000	,522
VAR00016	1,000	,705
VAR00017	1,000	,557
VAR00018	1,000	,357

Fuente: datos obtenidos del software SPSS v 21.

La información obtenida en la tabla de Comunalidades explica que cada variable investigada está relacionada con las restantes variables, en este estudio se extrajeron dos factores de las 18 variables como son: la variable 8 y 18, debido a que sus valores de comunalidad son muy bajos, es decir, cercano a 0, y por consecuencia son consideradas como variables peor explicadas en este estudio con un 35%. Se puede concluir que las 16 variables restantes explican adecuadamente la información sobre el proceso de titulación.

Tabla 4 Matriz de componentes rotados

Matriz de componente rotados							
Componentes	VARIABLES						
	1	2	3	4	5	6	7
Conocimiento	0,909						
Conocimiento	0,888						
Conocimiento	0,869						
Aprendizaje		0,825					
Aprendizaje		0,764					
Plan de Estudio			0,733				
Plan de Estudio				0,601			
Plan de Estudio					0,717		
Plan de Estudio						0,602	
Plan de Estudio							0,816

Fuente: elaboración propia, datos a partir del software SPSS v.21.

Los datos obtenidos de la tabla 4, se muestran las variables que pertenecen a cada componente, este resultado muestra solo tres dimensiones como son: plan de estudio con perfiles profesionales (4 variables), calificación docente en las metodologías de aprendizaje (2 variables) y amplios conocimientos teóricos (3 variables). Además, los coeficientes de las variables tienen valores absolutos cercano a 1, por lo tanto, se pueden utilizar estos factores para evaluar el proceso de titulación.

Tabla 5 Percepción del estudiantado del proceso de titulación

		Cálculos	
Dimensiones	Variables	Promedio	Promedio total
Amplios conocimientos teóricos	variable 01	3,80	
	variable 02	3,75	
	variable 03	3,90	3,82
Calificación docente en las metodologías del aprendizaje	variable 04	3,00	
	variable 05	3,00	3,00
Planes de estudio con perfiles profesionales	variable 06	2,89	
	variable 07	2,10	
	variable 08	2,12	
	variable 09	2,90	
	variable 10	2,60	
	variable 11	2,75	
	variable 12	2,80	2,59

Fuente: elaboración propia

Los datos de la tabla 5, corrobora que el sub-criterio Planes de estudio con perfiles profesionales es el peor evaluado por los alumnos con 2,59, y con 3,00 corresponde a la dimensión calificación docente en las metodologías del aprendizaje.

En definitiva, se puede mencionar que el criterio Plan de estudio con perfiles profesionales es el factor más relevante en este estudio al poseer un alto porcentaje de relación con las variables estudiadas, así mismo, fue evaluado como un criterio con un alto porcentaje negativo según la percepción de los docentes y alumnos encuestados.

Este estudio demostró que, a pesar de cumplir con criterios establecidos para el cumplimiento del proceso de titulación, existe varias limitaciones que afectan al docente, alumno, y específicamente a la universidad. La más importante es sobre la validación del proceso de titulación mediante expertos en el tema, para así generar una tasa positiva en la eficiencia terminal, así como, el proceso de evaluación docente, el cual establezca un perfil profesional adecuado para cumplir con el proceso de titulación.

5. CONCLUSIONES

La acción tutorial en las instituciones de educación superior no ha alcanzado la importancia necesaria que esta debe tener, y se la ha relegado a ser una actividad más de la gestión docente impuesta por las instancias académicas de cada centro educativo. La tutoría de titulación no ha estado exenta de esa desvinculación, y se han asignado labores de tutoría a docentes con la única finalidad de darle cumplimiento a las horas asignadas en las franjas horarias del personal académico, sin considerar diversos criterios, tales como características personales y profesionales de los tutores, modelos convencionales y alternativos de tutorías, fases tutoriales, entre otros factores que podrían incidir en la mejora de la calidad el proceso de titulación vigente.

El proceso de titulación elaborado y desarrollado por la Universidad de Guayaquil posee diferentes subprocesos que evidencian limitaciones al momento de cumplir con los criterios de calidad de la gestión universitaria propuesta por Duque en el año 2009. Las cuales son: desarrollar un modelo de calidad del proceso de titulación, validar los procesos establecidos por expertos en el área y por último evaluar el perfil profesional del docente, el cual desempeña el papel de tutor metodológico y de ciencia.

Basado en la evidencia empírica se pudo determinar que los criterios peor evaluados (según su percepción) por los docentes que descargan horas en el proceso de titulación son: el plan de estudio con perfiles profesionales, y la calificación docente en las metodologías de aprendizaje las cuales explican en un 64% las falencias existentes en el proceso de titulación. El plan de estudio propuesto por muchas carreras de la Universidad de Guayaquil posee muchas falencias y no están acordes a las exigencias de la oferta laboral, por lo que se considera que el estudio de pertinencia de cada carrera debe realizarse en periodos cortos para minimizar errores. Adicionalmente la calificación docente en la metodología de aprendizaje genera problemas, el primero la falta de uso de técnicas o herramientas de aprendizaje por parte de los docentes como, por ejemplo: clase tutorial, trabajo autónomo, reuniones presenciales, uso de Tics, entre otros, segundo los docentes no cumplen con el objetivo de orientación y guía en el proceso de titulación.

Los valores de comunalidad demostraron que 16 variables pertenecientes a los sub-criterios demuestran que la estimación inicial de cada variable es elevada por lo que se mantienen incluidas para el análisis del proceso de titulación, además se puede explicar que poseer un alto porcentaje permitirá a las variables compartir la información del fenómeno de estudio en un factor común. Adicionalmente, se comprobó variables relacionadas entre sí, las cuales permiten obtener una evaluación del alumno hacia el proceso de titulación, entre los criterios más representativos es el componente del Plan de estudio con perfiles profesionales, mostrando una alta correlación, para así obtener una información determinante al momento de evaluar dicha actividad. Para garantizar este análisis se utilizó el modelo factorial, el cual muestra mediante el índice de KMO es superior a 0,6, por lo que la información determinará resultados no subjetivos.

La evaluación del proceso de titulación elaborada por los docentes y alumnos concuerdan que la malla curricular es un insumo fundamental para el proceso de titulación, es por esta razón que las autoridades principales deben elaborar estrategias que permitan generar un plan de estudio acorde a lo que requiere la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA:

Álvarez Rojo, V. (2004). Las tutorías: otra forma de enseñar en la universidad. En La tutoría: elemento clave en el modelo europeo de Educación Superior. Universidad de Salamanca. Recuperado el 2 de junio, 2019 de http://campus.usal.es/~ofeees/PONENCIAS_TUTORIA/Victor%20Alvarez%20Rojo.pdf

Duque, R. O. (2009). *Evaluación de la calidad en educación superior*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.

González, I. (2006). Dimensiones de evaluación de la calidad universitaria en el Espacio Europeo de Educación Superior. Revista electrónica de investigación psicoeducativa, 4(3), 445-468.

González, P. (2013). Estadística aplicada al turismo. Guayaquil, Ecuador. Universidad Tecnológica ECOTEC.

LOES. (2010). Ley Orgánica de la Educación Superior. Suplemento del Registro Oficial No 298. Quito, Ecuador

Lugones, Y. M. A., Santos, I. C., & Rodríguez, S. S. (2011). Reflexiones en torno a la sistematización teórica de la tutoría en condiciones de universalización y su contribución a la práctica investigativa de los docentes. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, (27).

Ocampo, C.I. (2012). Tutoría Educativa en los diversos niveles y escenarios pedagógicos. En L.M. Sobrado; E. Fernández y M.L. Rodicio (Coords.), Orientación Educativa. Nuevas perspectivas (pp. 217-243). Madrid: Biblioteca Nueva.

Sánchez, E. M. T., Conde, M. J. R., García, M. E. H., & Izard, J. F. M. (2013). Evaluación de calidad de un proceso de tutoría de titulación universitaria: la perspectiva del estudiante de nuevo ingreso en educación. *Revista española de orientación y psicopedagogía*, *24*(2), 79-99.

Sanz, M.T. (2012). Estudio de la acción tutorial como paso previo a la implantación del EEES en la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Huelva. Revista de Investigación Educativa, 30 (1), 145-160

Tapia, V. (2013). La gestión de la calidad de la educación universitaria: desafíos y posibilidades. ASPODEN (3), pp. 21-29

UNESCO (2014). Education Strategy 2014-2021.París. Recuperado el 21 de junio, 2019 de

http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002312/231288e.pdf

Veliz, J. (2018). Calidad en la Educación Superior. Caso Ecuador. Atenas, Revista Científico-Pedagógica. Vol.1. No. 41-2018. Universidad de Matanzas, PP. 165-180

006. ENTORNOS DE PROGRAMACIÓN MÓVILES Y PROGRAMACIÓN CLÁSICA, IMPACTO EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

Mobile Programming Environments and Classical Programming, impact on university teaching

Diana López Alvarez[1][0000-0003-2457-7683],
Facultad de Ingenierías, Universidad Ecotec, Guayaquil, Ecuador
dlopez@ecotec.edu.ec

Néstor Ruiz C.[2][0000-0003-4767-0370],
IPG Mediabrands, Guayaquil, Ecuador
nestor_ruiz_c@hotmail.com

Gilberto F. Castro[3] [0000-0001-9050-8550]
Facultad de Ingeniería, Universidad Católica Santiago de Guayaquil
gilberto.castro@cu.ucsg.edu.ec
Facultad de Ciencias Matemáticas y Físicas, Universidad de Guayaquil
gilberto.castroa@ug.edu.ec

RESUMEN.

En la actualidad, el desarrollo de aplicaciones móviles es una industria de constantes cambios y evoluciones. La programación clásica, refiriéndose a la programación que siguen las metodologías de Ingeniería del Software, análisis, diseño e implementación, difiere del desarrollo de aplicaciones móviles, lo que ha causado que las metodologías para usar los entornos móviles también difieran de las del software clásico. Las tecnologías de programación móvil han incursionado en el campo educacional, sin dejar de lado el desarrollo en lenguajes de programación ya conocidos para la creación de aplicaciones de escritorio, sistemas, web etc. Ambos entornos se mantienen según las necesidades, sin embargo, el entorno móvil toma fuerza y es apuntador a una creciente demanda que se está viendo en la actualidad y continúa avanzando en el futuro. Actualmente los syllabus universitarios están poblados de al menos una materia que enseñe programación en aplicaciones móviles, lo que indica tendencias de crecimiento de los desarrolladores en esta plataforma. El presente trabajo tiene como objetivo realizar el análisis del impacto que ha generado estos entornos modernos de programación en la enseñanza universitaria y las tendencias del futuro. Basándose en estas premisas, fue necesario analizar y realizar un estudio a profundidad para emitir las conclusiones que den paso a conocer los cambios y los nuevos campos que se han generado en los tiempos modernos. Finalmente se trata de estudiar el impacto causado por estos cambios no solo a nivel de enseñanza sino a nivel del público objetivo que son los estudiantes quienes actualmente son los aprendices de estos entornos de programación.

Palabras clave:

Aplicaciones móviles; Programación clásica; Ingeniería de software.

Abstract.

At present, the development of mobile applications is an industry of constant changes and evolutions. Classical programming, referring to the programming that follows the methodologies of Software Engineering, analysis, design and implementation, differs from the development of mobile applications, which has caused that the methodologies for using mobile environments also differ from those of classical software. Mobile programming technologies have ventured into the educational field, without neglecting the development in familiar programming languages for the creation of desktop applications, systems, web etc. Both environments are maintained according to needs, however, the mobile environment is gaining strength and points to a growing demand that is being seen today and continues to advance in the future. Currently university syllabus are populated with at least one subject that teaches programming in mobile applications, indicating trends of growth of developers in this platform. This paper aims to perform the analysis of the impact that has generated these modern programming environments in university education and future trends. Based on these premises, it was necessary to analyze and conduct an in-depth study to issue the conclusions that give way to know the changes and new fields that have been generated in modern times. Finally, it is a question of studying the impact caused by these changes not only at the level of education but at the level of the target audience that are the students who are currently the learners of these programming environments.

Keywords:

Mobile apps; Classical programming; Software engineering.

1 INTRODUCCIÓN

La industria de aplicaciones móviles es un entorno de constante cambio, existen diferentes plataformas entre los desarrolladores y en los últimos tiempos se han producido migraciones de estas preferencias desde Blackberry, Symbian y Java hasta iOS y Android, por otro lado, la Ingeniería de Software incluye métodos que garantizan la obtención de un software de calidad (Sommerville, 2006) y siguiendo el ciclo de vida clásico que incluye las fases conocidas: Análisis, Diseño e Implementación.

Los motivos por los que los desarrolladores han optado por incluirse en el campo de programación móvil van desde que en este entorno se ofrece plataformas relativamente fáciles de aprender y usar, sumado al importante crecimiento de ventas de dispositivos, Xiaomi ocupó el segundo lugar en el trimestre, detrás de Apple, con una participación de mercado del 12,6 por ciento en comparación con el 27,4 por ciento de Apple. La compañía sigue siendo fuerte en su país de origen, China, pero las ventas de Mi Band 3 también han funcionado bien. Es de destacar que su Mi Band 3 representó más del 30 por ciento de todas las pulseras enviadas durante el cuarto trimestre. Detrás de Xiaomi estaba Huawei, que creció en un considerable 248.5 por ciento gracias a que los teléfonos Huawei y Honor se combinaron con dispositivos portátiles, junto con otros lanzamientos de productos. Fitbit y Samsung completaron el top 5, con el primero volviendo al crecimiento gracias al Charge 3 y las promociones en torno a su Versa, y el segundo también agrupando dispositivos portátiles con sus teléfonos inteligentes. Samsung envió 4 millones de dispositivos portátiles en el cuarto trimestre, en comparación con los 16,2 millones de Apple (IDC, Worldwide Top 5 Wearable, 2018Q4 Unit Market Share, 2019), es decir, una importante demanda de usuarios de estas aplicaciones.

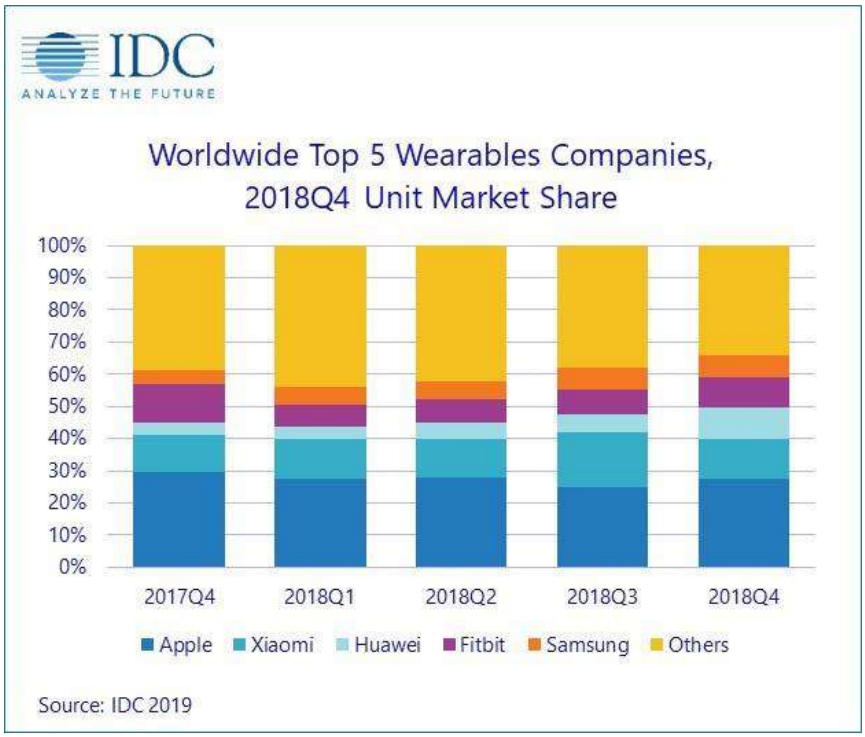


Figura 1. Worldwide Top 5 Wearable, 2018Q4 Unit Market Share. (IDC, Worldwide Top 5 Wearable, 2018Q4 Unit Market Share, 2019). Recuperado de http://www.idc.com.

La programación clásica posee lineamientos estructurados y se desarrollan en lenguajes de programación conocidos como de alto nivel, por ejemplo, Java, C#, entre otros, sin embargo, en la actualidad ha perdido popularidad, la calificación de Java es 14.639 por ciento en Mayo 2017, 6.32 puntos abajo, más de 30 por ciento desde mayo de 2016. La situación es aún más grave para C; disminuyó 6.22 puntos desde hace dos años a 7.002 por ciento, una disminución de casi 48 por ciento, todo esto comparado a la creciente demanda de desarrollo móvil en el campo de desarrolladores que programan en este entorno, sin embargo, no ha dejado de ser importante debido a que al manejarse en una plataforma diferente siempre será una pieza fundamental en la programación de sistemas varios (Krill, 2017).

A nivel académico, en la enseñanza superior, las mallas curriculares o pensum académicos de las carreras universitarias especializadas en Sistemas clásicamente poseen contenido de programación en los lenguajes conocidos como de alto nivel, desarrollo de aplicaciones web, etc., sin embargo en la actualidad se ha comprobado que al menos una materia de programación imparte cátedra sobre el desarrollo en aplicativos móviles, esto nos da indicio a asegurar que la programación en los entornos móviles toma poder. El Internet de las Cosas ofrecerá más oportunidades en el desarrollo de apps para acelerar las operaciones, reducir costes y mejorar la ciberseguridad. En 2019, se utilizarán más de 8 billones de dispositivos IoT, y se espera que esta cifra aumente todavía más rápido (Yeeply, 2019).

El presente artículo se centra en este cambio de programación clásica de software frente a la programación en dispositivos móviles, a fin de poder medir el impacto causado en la enseñanza superior, preferencias y conclusiones a las que se llega al evaluar estos interesantes cambios.

2 DESARROLLO

2.1 Un poco de historia

A finales de los años 1970 surgió una nueva forma de programar que no solamente daba lugar a programas fiables y eficientes, sino que además estaban escritos de manera que facilitaba su mejor comprensión.

Un programa de software clásico puede escribirse usando únicamente las tres instrucciones de control siguientes:

- Secuencia
- Instrucción condicional
- Bucle de instrucciones

Si bien, los lenguajes de programación tienen un mayor repertorio de estructuras de control, éstas pueden ser construidas mediante las 3 anteriormente mencionadas (EcuRed, 2018).

La noción de ingeniería de software fue propuesta inicialmente en 1968 en una conferencia para discutir lo que en ese entonces se llamó "crisis de software". Esta crisis fue el resultado de la introducción de las nuevas computadoras hardware basadas en circuitos integrados. Su poder hizo que las aplicaciones hasta ese entonces irrealizables fueron una propuesta factible. El software resultante fue de órdenes de magnitud más grande y más complejo que los sistemas de software previos (Sommerville, 2006).

Por otro lado, el mercado en las plataformas móviles destaca el dominio que tiene Apple y Android, las principales medidas para el desarrollo móvil siguen evolucionando y esto va de la mano con la popularidad de las diferentes plataformas entre los desarrolladores que han evolucionado desde Symbian, BlackBerry y Java hacia iOS y Android. La siguiente figura ofrece la estadística de la participación en el mercado mundial de los principales sistemas operativos móviles desde enero de 2012 hasta julio de 2019, según el uso de Internet. En diciembre de 2018, Android tenía una cuota de mercado mundial del 75,16 por ciento.

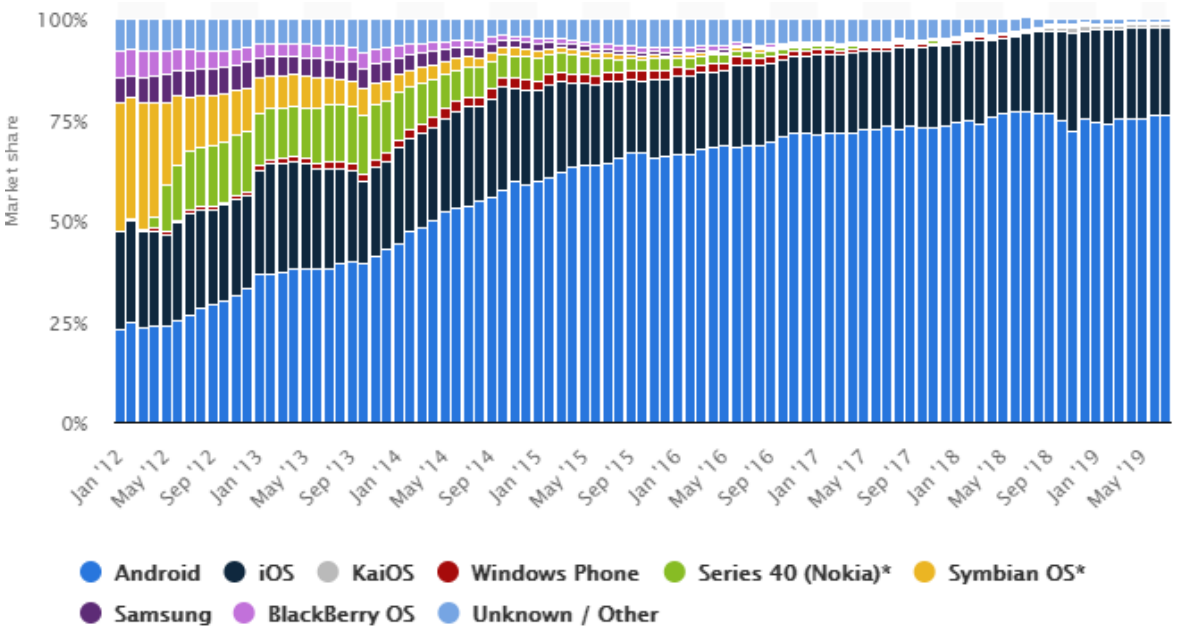


Figura 2. Mercado de los sistemas operativos móviles en todo el mundo desde enero de 2012 hasta julio de 2019. (Statista, 2019). Recuperado de https://www.statista.com.

2.2 Estadística de tendencias

2.2.1 Programación móvil

El uso de la telefonía móvil en el mundo ha tenido una creciente demanda. Desde agosto de 2017, hay más de 3.500 millones de usuarios de Internet móvil. El 50% del tiempo que destinan los usuarios a los medios digitales se emplea en aplicaciones móviles. Hay aproximadamente 8 millones de aplicaciones en Google Play, 2.2 millones en el AppStore, 669.000 en la tienda de Windows y 600.000 en la tienda de aplicaciones de Amazon. Adicionalmente la disminución del costo de los equipos móviles ha dado paso a un agregado para el crecimiento de los usuarios de esta plataforma (MultiAtlas, 2018).

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reporta que el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) registró, en la segunda quincena de junio de 2017, una tasa de crecimiento anual del 6.3%, además de que el Índice de Precios de Comunicaciones se colocó en primer lugar en términos de reducción en de precios, con una variación anual del -1.8%, por arriba de segmentos como vivienda, recreación y cultura, y prendas de vestir y calzado. (Ver Tabla I)

Tabla 1. Tasa de inflación anual a la 2ª quincena de Junio 2017 por consumo individual.

Clasificación del consumo individual por finalidades (CCIF)	Ranking	2016-2017
08 Comunicaciones	**1**	**-1.8%**
04 Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	2	3.3%
09 Recreación y cultura	3	3.7%
03 Prendas de vestir y calzado	4	4.1%
02 Bebidas alcohólicas y tabaco	5	4.3%
10 Educación	6	4.4%
06 Salud	7	5.0%
12 Bienes y servicios diversos	8	5.9%
05 Muebles, artículos para el hogar y para su conservación	9	6.1%
11 Restaurantes y hoteles	10	6.2%
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	11	8.2%
07 Transporte	12	13.1%
INPC		**6.3%**

Nota: Recuperado de IFT con datos de INEGI según clasificación del consumo individual por finalidades.

Las universidades juegan un rol crucial en preparar profesionales capaces de generar productos de software, acordes a las necesidades del mundo tecnológico, siguiendo metodologías de desarrollo apropiadas y promoviendo una cultura de producción de software de calidad (ESPAE, 2017). Actualmente, en la enseñanza universitaria de la programación de sistemas no se ha dejado de lado la formación en el desarrollo de software clásico en lenguajes de programación como C++, C#, Java, Php, etc. Sin embargo, ha surgido la necesidad de enseñanza en desarrollo de aplicaciones móviles que forma parte del pensum académico en la formación profesional de las carreras orientadas a Sistemas. El aprendizaje móvil tiene cada vez mayor visibilidad y significación en la educación superior, como lo demuestran los siguientes fenómenos. Primero, está el crecimiento tamaño y frecuencia de conferencias dedicadas, seminarios y talleres, ambos en el Reino Unido e internacionalmente. En segundo lugar, ha habido también ha habido un aumento en el número de referencias al aprendizaje móvil en generalista académico conferencias; por ejemplo, la Asociación para la Tecnología de Aprendizaje conferencia (ALT-C) cada septiembre en el Reino Unido (Ally, 2009).

Con esta inclusión de enseñanza se puede confirmar que las nuevas generaciones de estudiantes universitarios poseen conocimiento de este nuevo entorno de programación, lo que hace posible la creciente demanda de desarrolladores de esta plataforma para satisfacer las necesidades del consumidor de aplicaciones móviles, Deloitte e Infoempleo han realizado el estudio ‘Empleo IT: 17 profesiones con futuro’ que revela que un gran porcentaje de las nuevas contrataciones en el futuro estarán relacionados con las tecnologías de la información, ubicando al Android Developer como pionero. Según la Agencia Digital de la Unión Europea (UE) la demanda de perfiles vinculados a la tecnología de la información experimentará un incremento del 9,3% hasta 2020 de forma global (Deloitte, 2017).

Figura 3. Datos relevantes del Sector IT (AMETIC, 2018). Recuperado de http://www.ametic.es.

A nivel mundial, a finales de 2012 se llegaba a un total de mil millones de teléfonos inteligentes, cantidad que se incrementará en un 34% entre los años 2016 y 2022. Por otra parte, el 95% de las personas de los países desarrollados cuentan con un teléfono móvil y no es menos importante resaltar que en aquéllos que se encuentran en vías de desarrollo, lo poseen el 90% de las personas. Otro interesante dato es que en 2016 el 51,3% de la navegación web en todo el mundo se realizaba a través de teléfonos móviles y tabletas, superando por primera vez la navegación a través de dispositivos de escritorio (García Aretio, 2017).

En el mundo de la educación, el aprendizaje móvil conforma un grupo de espectaculares expectativas para este negocio del que, obviamente, pueden salir beneficiados todos los que se dedican a este campo.

2.2.2 Programación clásica

Un mundo de posibilidades es abierto en el mercado laboral TIC tras dominar un lenguaje de programación. Sin embargo, existen tantos lenguajes en la actualidad que no se sabe por dónde empezar. El sector de programadores está en auge y las empresas exigen, cada vez más, perfiles proactivos y bien preparados.

La programación de sistemas es el conjunto de programas necesario para que una computadora de una imagen coherente y monolítica ante sus usuarios. Sin dejar de ser

importante, el desarrollo en los lenguajes de programación clásica tiene también su ranking de popularidad y se mantiene la enseñanza bajo estos conceptos en las carreras de Sistemas. Se ha seleccionado una de las métricas que gozan de más reputación en cuanto a uso de lenguajes e idiomas de desarrollo: el índice Tiobe (Tiobe, 2019). Existen múltiples herramientas en Internet que han diseñado algoritmos para medir, de una manera más o menos fidedigna, cuáles son aquellos lenguajes más utilizados y que disponen de una comunidad de desarrolladores más grande detrás que los soportan y desarrollan (Redondo, 2016). Entre ellos, uno de los más conocidos es el índice TIOBE que es uno de los datos más confiables que existen en cuanto a las estadísticas de uso y su evolución de los diferentes lenguajes de programación.

El índice se puede usar para verificar si sus habilidades de programación aún están actualizadas o para tomar una decisión estratégica sobre qué lenguaje de programación se debe adoptar al comenzar a construir un nuevo sistema de software. En la tabla 2 se presenta un resumen de los diez primeros puestos de Lenguajes Programación más usados en el mundo según Tiobe actualizado hasta Agosto 2019.

Tabla 2. Los diez primeros puestos de Lenguajes Programación más usados en el mundo según Tiobe, Agosto 2019.

Aug 2019	**Aug 2018**	**Change**	**Programming Language**	**Ratings**	**Change**
1	1		Java	16.028%	-0.85%
2	2		C	15.154%	+0.19%
3	4	^	Python	10.020%	+3.03%
4	3	v	C++	6.057%	-1.41%
5	6	^	C#	3.842%	+0.30%
6	5	v	Visual Basic .NET	3.695%	-1.07%
7	8	^	JavaScript	2.258%	-0.15%
8	7	v	PHP	2.075%	-0.85%
9	14	^^	Objective-C	1.690%	+0.33%
10	9	v	SQL	1.625%	-0.69%

De acuerdo a las estadísticas mostradas según estos datos de Agosto 2018 al 2019, podemos comprobar que Java, C, Python y C++ se convierten en los líderes para los estudios de Programación clásica. Y, a pesar de haber tenido una caída, Java sigue siendo el pionero con un crecimiento del 16.028% frente a lenguaje C con un 15.154% para Agosto 2019.

2.2.3 En los syllabus universitarios

El sílabo es una herramienta de planificación y organización y es importante porque contiene toda la información necesaria sobre la asignatura: objetivos, contenidos, secuencia didáctica, metodologías, mecanismos de evaluación y referencias bibliográficas; con el fin de que el estudiante pueda alcanzar los resultados o logros de aprendizaje deseados (UDLA, 2019). Es un instrumento para la planificación de la clase, es en pocas palabras la clave en la planificación del curso, para otros es un tipo de contrato entre el catedrático y el estudiante, que contiene los deberes y derechos que implica el espacio académico. En este sentido, el syllabus es el resumen del curso que se suministra a los estudiantes con la finalidad de que tengan toda la información necesaria y la visión general del curso.

Dentro del contenido de estos syllabus, en primer lugar, se explora la teoría de lenguajes de programación, en segundo lugar, se muestra cómo aplicar esta teoría a la construcción de programas de computadoras y/o aplicaciones móviles, dependiendo del entorno en el que se ha aplicado. Estos syllabus son la herramienta fundamental de trabajo de los docentes y obviamente la finalidad y la intencionalidad del aprendizaje de la programación de sistemas.

En Ecuador existen aproximadamente 45 carreras universitarias de Software, entre universidades públicas y privadas, el 100% de éstas imparte materias con contenido de *programación clásica* con lenguajes como Java, .Net, C, etc. además, un 97% de éstas imparte materias en entornos de desarrollo móvil (EducaEdu, 2018).

Dentro de los programas, syllabus, universitarios de las carreras de Sistemas en general, es innegable el contenido de materias de Programación o Desarrollo de Software. Se ha observado mediante una revisión general la existencia de la enseñanza tanto de programación clásica como programación móvil, ambas, de la mano en todo contenido de éstos programas académicos, es decir, existe un complemento entre ambas que forman parte de la enseñanza y formación profesional de la programación hacia los estudiantes de las carreras de Sistemas. La figura 4 muestra los porcentajes que maneja una carrera de Desarrollo de Software por cada especialidad y énfasis en diferentes materias, note que existe contenido de programación clásica y móvil en el plan curricular.

Figura 4. Plan curricular de carrera de Sistemas (ISIL, 2019) Recuperado de https://isil.pe/areas-academicas/desarollo-de-software/

Existen materias en cuyo contenido del syllabus exclusivamente imparten cátedra de programación de servicios móviles en HTML 5, WAP, Java 2 Micro Edición (J2ME), C#, Silverlight, .NET, entre otros. También, en aplicaciones nativas para los Sistemas Operativos de los móviles (S.O. del móvil), como: Android, Symbian, iOS y MeeGo. De acuerdo a un estudio de Statista, 57% de los desarrolladores de software a nivel mundial consideran que el mayor desafío para la industria en el largo plazo es mantenerse al día con los nuevos lenguajes, metodologías, y herramientas que se desarrollan (Dossier, 2019). Adicionalmente, este es un aspecto que debe ser acompañado por la oferta académica de las universidades y centros de capacitación locales (ESPAE, 2017).

3 CONCLUSIONES

Para esta labor investigativa se ha analizado la creciente demanda de la tecnología móvil y el impacto que ha provocado esto en la enseñanza universitaria, con lo cual se han alcanzado las siguientes conclusiones:

Hoy en día se tiene una infinidad de herramientas, lenguajes y entornos para elegir en el campo de la programación de Sistemas. La programación tradicional se refiere cuando se programa para entornos de escritorio, pc o páginas web. La programación móvil se refiere cuando se programa para celulares, es decir, las apps que se instalan o usan los smathphones, como los juegos, navegadores, redes sociales, etc.

Es innegable la necesidad de nuevos modelos de educación universitaria, donde el papel de las universidades como generadoras de conocimiento se transforme hacia el de generadoras de generadores de conocimientos (Coccoli, 2015). Las universidades a nivel mundial, conscientes de la importancia de adaptar nuevas tecnologías a la educación, invierten parte de sus recursos económicos para poner a disposición de los estudiantes herramientas de enseñanza de programación móvil para alcanzar los objetivos educativos que apuntan a la nueva era digital.

La creciente demanda del mercado móvil ha dado paso a la inclusión de la enseñanza de programación en entornos móviles a nivel universitario, actualmente se puede asegurar que la programación en entornos móviles es una realidad dentro del currículo de las carreras de Sistemas en las distintas Instituciones de Educación Superior.

Adicionalmente, en los currículos académicos se mantiene la enseñanza de programación clásica, sin dejar de lado la importancia que ésta amerita para el aprendizaje del desarrollo de software. Lenguajes como Java, C, Phyton lideran la base sobre la cual se aplica el aprendizaje de la programación que puede generar una importante transformación en la calidad de la educación.

Finalmente, la innovación continua es sinónimo de más oportunidades para los desarrolladores de aplicaciones que es el auge del concepto movilidad que existe en la actualidad y la previsible tendencia a futuro de este tipo de tecnologías. La programación clásica no pasa de moda ya que es necesaria y vital, la programación móvil sigue en creciente demanda. Ambas, se mantienen en los currículos de enseñanza superior como objetivo de aprendizaje de la programación en las carreras de Sistemas.

BIBLIOGRAFÍA

Ally, M. (2009). *Mobile Learning: Transforming the Delivery of Education and Training.* Edmonton: AU Press.

AMETIC. (2018, 04 19). *AMETIC*. Retrieved from http://ametic.es/es/prensa/ametic-presenta-los-resultados-del-mercado-ti-2017

Coccoli, M. G. (2015). Big data and models of innovative teaching with cognitive computing.

Deloitte, I. (2017). *Deloitte.* Retrieved from file:///C:/Users/Kmiloruiz/Downloads/Deloitte_ES_HumanCapital-empleo-it-las-17-profesiones-que-seran-clasves-en-el-futuro.pdf

Dossier, S. (2019). *Software development*. Retrieved from https://www.statista.com/

EcuRed. (2018). *Programacion estructurada*. Retrieved from https://www.ecured.cu/Programacion_estructurada

EducaEdu. (2018). *EducaEdu*. Retrieved from https://www.educaedu.com.ec/carrera/ingenieria-sistemas

ESPAE. (2017, 01). *Industria de Software.* Retrieved from http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/industriasoftware.pdf

García Aretio, L. (2017). Educación a distancia y virtual: calidad, disrupción, aprendizajes adaptativo y móvil. *RIED*, 9-25.

IDC. (2018, 06 04). *Wearable Device Shipments Slow in Q1 2018 as Consumers Shift from Basic Wearables to Smarter Devices, According to IDC*. Retrieved from https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS43900918

IDC. (2019). *Worldwide Top 5 Wearable, 2018Q4 Unit Market Share*. Retrieved from https://www.idc.com

Krill, I. -O. (2017, 05 08). *Java and C continue to decline in popularity*. Retrieved from https://www.infoworld.com/article/3195285/application-development/java-and-c-continue-to-decline-in-popularity.html

MultiAtlas. (2018). *ESTADÍSTICAS USO MÓVIL 2018-COMO AFECTARÁ ESTO A TU NEGOCIO Y QUÉ DEBES SABER SOBRE LAS APP PARA EL FUTURO DE TUS VENTAS.* Retrieved from https://www.comercios-electronicos.com/estadisticas-uso-movil-2018-como-afectara-a-tu-negocio-y-lo-que-debes-saber-sobre-las-app-para-el-futuro-tus-ventas/

Redondo, F. (2016, 02 18). *Paradigma digital*. Retrieved from https://www.paradigmadigital.com/dev/el-indice-tiobe-como-medir-que-lenguajes-de-programacion-son-los-mas-usados/

Sommerville, I. (2006). *Ingeniería de software.* Madrid: Addison Wesley.

Statista. (2019, 07). *Statista*. Retrieved from Mobile operating systems' market share worldwide from January 2012 to July 2019:

https://www.statista.com/statistics/272698/global-market-share-held-by-mobile-operating-systems-since-2009/

Tiobe. (2019). *Tiobe index*. Retrieved from https://www.tiobe.com/tiobe-index/

UDLA. (2019). *Silabo.* Retrieved from https://educacionvirtual.udla.edu.ec/archivos/MANUAL_DE_ELABORACION_DE_SILABO_11_feb.pdf

Yeeply. (2019, 01 14). *Yeeply*. Retrieved from https://www.yeeply.com/blog/tendencias-desarrollo-apps-moviles-2019/

007. METODOLOGÍA DIDÁCTICA FLIPPED CLASSROOM Y EL USO DE RECURSOS DIGITALES: UN ENFOQUE PEDAGÓGICO DESDE EL ESPACIO DE APRENDIZAJE COLECTIVO HACIA EL INDIVIDUAL.

THE TEACHING METHODOLOGY "FLIPPED CLASSROOM" AND THE USE OF DIGITAL RESOURCES: A PEDAGOGICAL APPROACH FROM THE COLLECTIVE LEARNING SPACE TO THE INDIVIDUAL LEARNING SPACE.

Ana María Alcívar Alcívar
Universidad Tecnológica ECOTEC
Coordinadora Unidad de Titulación
Ecuador
Magíster en Comercio Exterior, mención Gestión de la Industria Portuaria – Ecuador
aalcivar@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Este artículo presenta un análisis de la aplicación de la metodología Flipped Classroom o aula invertida como parte del proceso didáctico de enseñanza – aprendizaje enfocado en la formación en las aulas de las nuevas generaciones, donde también se incluye el uso de recursos digitales y se destaca la importancia de aplicar técnicas de trabajo colaborativo para llegar a la comprensión y aprendizaje individual. El docente de las nuevas generaciones debe poseer otras competencias añadidas a las básicas, sobre todo pedagógicas, didácticas, comunicacionales y tecnológicas que permitan llegar significativamente al estudiante y lograr de estos interés y motivación por participar activamente de cada sesión de clase. Si bien la metodología de clase invertida ha sido aplicada también en la educación tradicional, con el aparecimiento de nuevas modalidades de estudio diferente a la presencial (b-learning, e-learning, m-learning), varios autores le otorgan un enfoque distinto basado en transferir el trabajo de determinados procesos de aprendizaje fuera del aula y utilizar el tiempo de la clase, junto con la experiencia del docente, para facilitar y desarrollar otros procesos de adquisición y práctica de conocimientos dentro del aula.

Palabras claves: metodología, aula invertida, proceso didáctico, docente, competencias

INTRODUCCIÓN

El modelo de aula invertida o denominada Flipped Classroom (en inglés), es un término acuñado por (Bergmann & Sams, 2012), quienes al coincidir en el esfuerzo por apoyar a los estudiantes que por diversas razones no podían asistir a clases, diseñaron una estrategia didáctica apoyada en el uso de diapositivas u otras herramientas de presentación de contenidos. El funcionamiento de dicha estrategia es que el profesor filma el uso de este recurso, para utilizarlo y compartirlo mediante el formato de vídeo con sus alumnos. Los autores citados se dieron cuenta de las ventajas, pues los alumnos que faltaban podían ver la clase a través de los vídeos, mientras que los que sí habían asistido tenían oportunidad de aclarar sus dudas, ponerse al día o volver a repasar los temas tratados.

Esta estrategia desarrollada por (Bergmann & Sams, 2012) consiste en invertir los dos momentos que intervienen en la educación tradicional: el primer momento que corresponde a las actividades propias de la clase como la exposición de los contenidos por parte del docente y, el segundo, a la realización de las actividades fuera de la escuela, como las tareas. Es así como en el aula invertida las tareas o proyectos se concretan en el salón de clase y los contenidos temáticos son aprendidos fuera de la escuela. De esta forma, la distribución del tiempo es reorganizada, tanto dentro como fuera del salón, por lo que el estudiante se vuelve el responsable de su propio aprendizaje.

La metodología Flipped Classroom integra la instrucción directa con el aprendizaje constructivista (Vidal, Rivera, Nolla, Morales, & Vialart, 2016), por lo que se la considera también como una estrategia didáctica que se caracteriza por ser un método de enseñanza que ha cambiado el modelo tradicionalista de aprendizaje, aportando mayor énfasis a la práctica dentro del aula. Por otro lado, (Quiroga, 2014) señala en su definición, que desde un enfoque pedagógico en donde al estudiante mediante una instrucción directa se lo mueve desde un espacio de aprendizaje colectivo hacia un espacio de aprendizaje individual, ese espacio de aprendizaje colectivo resultante, se transforma en un ambiente de aprendizaje dinámico, interactivo e inmersivo, donde el docente se convierte en guía a medida que los estudiantes aplican los conceptos y participan creativamente en el desarrollo del tema.

Según (Merla & Yánez, 2016) lo destacable de esta metodología es que los estudiantes están en capacidad de colaborar en el aprendizaje de sus compañeros, puesto que el docente no es el único que proporciona la información ni el conocimiento. Es así que, queda claro que el aprendizaje se inicia fuera de la escuela cuando los alumnos acceden al contenido correspondiente de determinada asignatura de acuerdo con sus propias necesidades en cuanto al ritmo, el estilo de aprendizaje y a las formas en que tiene para demostrar sus conocimientos, en tanto que el docente adapta enfoques de enseñanza y de colaboración adecuadas a las necesidades de aprendizaje de cada grupo de alumnos.
Los profesores se convierten en guías del aprendizaje, lo cual permite que durante las sesiones de clase puedan dedicar más tiempo a interactuar con cada estudiante, lo que redunda en un acompañamiento puntual y oportuno en beneficio del aprendizaje de estos.

Este tipo de metodologías acompañada del desarrollo tecnológico registrado en la sociedad del nuevo siglo, permite el aparecimiento de tendencias educativas modernas donde se puede obtener un ambiente que genere una sinergia dinámica e integradora que combina las ventajas de la educación tradicional con el aprendizaje virtual, generando así que la

independencia del estudiante se manifieste cada vez más mediante un aprendizaje significativo y colaborativo dentro y fuera del aula mediado por las herramientas de información y comunicación.

Los estudiantes de las nuevas generaciones, conocidos como la Generación Z o Net, no conocen ni conciben el mundo sin la existencia de dispositivos móviles, sin enlace a Internet y sin la inmediatez de tener información al instante (Oblinger, D. , 2005). El mundo de los estudiantes jóvenes no es atractivo sin dicha tecnología, incluyendo el uso de la misma en su entorno educativo, por lo que la educación de hoy en día no puede ser monótona, aburrida o carente de ese factor creativo e innovador por parte del docente. Situaciones donde se da esto o el rechazo por parte del docente a incorporar el uso de las Tics, trae como consecuencia la pérdida de interés por parte de los estudiantes en el proceso de enseñanza.

Con esta nueva generación de estudiantes ingresando a las instituciones de educación superior, el sistema educativo en todo su contexto se enfrenta a nuevos y grandes desafíos y retos, el principal, mantener las tasas de retención y titulación en cifras positivas y disminuir la tasa de deserción, más aún cuando está tomando fuerza otra corriente como lo es la educación o formación continua, donde a través de cursos de corta duración, donde prima la practica sobre la teoría, las personas están aprendiendo y adquiriendo nuevas competencias y habilidades específicas, que les permiten insertarse rápidamente en el campo laboral o acceder a puestos de trabajo donde se exige un mayor nivel de desempeño.

Bajo esta perspectiva radica la importancia de que los docentes se capaciten y actualicen en el uso de nuevas metodologías, técnicas y herramientas a nivel pedagógico, didáctico y tecnológico que puedan incorporar en su labor, así mismo entender el nuevo rol que tienen que asumir dentro y fuera de la clase.

Con base en las premisas señaladas, el presente artículo tiene por objetivo realizar una revisión y análisis de la aplicación de la metodología didáctica Flipped Classroom y el uso de recursos digitales en el proceso de enseñanza – aprendizaje dentro y fuera del aula.

DESARROLLO

De acuerdo con (Moll, 2014) en una clase magistral cuando el profesor habla, el 25% de los estudiantes están activamente desconectados; otro 25% está pasivamente desconectado; el 20% intenta escuchar y “seguir el ritmo”; el 15% atiende; el 10% se siente confiado y siguiendo el ritmo, y; 5% ya se sabe el contenido que el docente está impartiendo (si este carece de relevancia y novedad). Como el aprendizaje no es activo ni personal, esto hace que solo un pequeño porcentaje de estudiantes sigan activamente la explicación de el o los temas de la clase, frente a un gran número de “desconectados”. Ante esta situación, podemos mencionar los siguientes beneficios o ventajas de la aplicación de la metodología Flipped Classroom en el aula (Aguilera, Manzano, Martínez, Lozano, & Casiano, 2017)):

- Mejor planificación del tiempo lectivo;
- Mayor interés y compromiso por parte de los estudiantes. Se convierte en protagonista de su aprendizaje;
- La posibilidad para el estudiante de visualizar los contenidos a través de vídeo tantas veces como lo desee;

- La posibilidad para el docente de actualizar y mejorar los contenidos constantemente para otros grupos de estudiantes;
- Para los estudiantes con diversidad funcional, el vídeo se considera una herramienta de apoyo en el proceso formativo diario para trabajar en diferentes áreas del lenguaje verbal y no verbal, así como en el desarrollo de habilidades sociales; y,
- Finalmente, también es un apoyo para los estudiantes más capaces.

Según (Touron & Santiago, El modelo Flipped Learning y el desarrollo del talento en la escuela, 2015). Flipped Classroom ofrece la posibilidad de enseñar al estudiantado a sus ritmos individuales, lo que supone una personalización superior para cada uno. Este modelo puede resultar idóneo para el desarrollo de talento de los más capaces.

Si bien existen una serie de ventajas, así también podemos mencionar algunas desventajas que deben tomarse en consideración antes de decidir incorporar esta metodología. La cuestión no es dejar de hacerlo, sino evaluar las barreras que se podrían encontrar para identificar la forma de eliminarlas, que principalmente van por el lado de sacar de la zona de comodidad a docentes y estudiantes. Por un lado, se puede dar el caso de que los estudiantes se resistan al cambio y prefieran el método tradicional; por otro lado, la aplicación de la clase invertida requiere un gran esfuerzo por parte del docente que toma la iniciativa, pues deberá trabajar en la modificación de su planificación y crear el material utilizando técnicas de curación de contenidos (Jordán-Lluch, Pérez Peñalver, & Sanabria-Codesal, 2014).

Señala (Ruiz, 2016) otros tipos de aspectos a tomar en consideración como son contar con instalaciones adecuadas y recursos tecnológicos especializados; y que el docente se encuentre motivado y preparado para adoptar las Tics en el aula.

Casos de aplicación de Flipped Classroom

De la revisión sistemática realizada de diversos artículos científicos, se presentan algunos ejemplos de docentes e instituciones y los resultados obtenidos tras haber implementado la metodología Flipped Classroom:

- En la Universidad de Granada en la asignatura Fundamentos de Informática desde el año lectivo 2015 se implementó la metodología (Del Pino, Prieto, Prieto, & Illeras, 2016)). Los resultados obtenidos fueron muy positivos. De 176 estudiantes, el porcentaje de aprobados se incrementó del 57% al 83% y la nota promedio registró un aumento del 5,3 al 6,7. Adicionalmente la satisfacción del alumnado con respecto a la asignatura fue del 79%.

- En la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, se completó la metodología con el uso del recurso TIC Sistema Lecture Capture, lo que benefició el aprendizaje y la adquisición del conocimiento, por lo que se alcanzó un mayor potencial entre los estudiantes. (Paz, Serna, Ramírez, Valencia , & Reinoso, 2014)

- La experiencia ejecutada en la Universidad Europea de Madrid, específicamente en la Facultad de Ciencias Biomédicas (Sáez, Viñegla, & Piedad, 2014)produjo resultados muy satisfactorios. Al inicio, el estudiantado se mostró renuente a la nueva metodología, pero finalmente se logró una mayor implicación por su parte y tuvo lugar

un aprendizaje más profundo de las competencias concretas de los contenidos de la asignatura de Química. La experiencia se llevó a cabo con 20 alumnos de primer nivel. Cierto es que, aunque el alumnado admite que supone un práctica útil e interesante, el uso de Flipped Classroom requiere más trabajo y esfuerzo por su parte, ellos afirmaron que les costaría repetir la experiencia. Sin embargo, los resultados académicos y los obtenidos en la prueba final, mostraron como el aprendizaje que respecta a la parte del temario en que se aplicó la metodología, fue más profunda.

- Otro caso registrado en la Universidad de Granada, fue la puesta en marcha de la metodología (Del Pino, Prieto, Prieto, & Illeras, 2016)), haciendo uso de los recursos propios de un MOOC (Masive Open Online Course), en los que se incluyen las vídeo clases de corta duración, así como otras herramientas, cuestionarios de autoevaluación, foros de debate, etc. Con la experiencia previa, se aplicó en la misma asignatura de Fundamentos de Informática, de las titulaciones de Grado de Ingeniería Electrónica Industrial e Ingeniería en Tecnologías de Telecomunicación. Pese a los buenos resultados de la primera aplicación y la intención de integrar ambos recursos, no se consiguió que el alumnado dedicase el tiempo suficiente de estudio semanal para completar las tareas asignadas. El método resultó difícil tanto para el estudiante como para la planta docente. Aun así, afirman que el uso de la metodología Flipped Classroom junto con los recursos de un MOOC permite orientar de forma muy positiva la enseñanza presencial y la enseñanza a distancia (b-Learning), basándose en las pruebas de evaluación.

Estos ejemplos permiten analizar varias experiencias sobre la implementación de la metodología Flipped Classroom, por lo que una vez que hemos revisado, los beneficios o ventajas, las desventajas y casos de aplicación, es importante revisar como la metodología puede ser conjugada con el uso de recursos didácticos virtuales, utilizando las bondades de la tecnología y las nuevas modalidades de estudio como es el e-learning.

Del Flipped Classroom al Flipped learning

La metodología Flipped Classroom puede ampliarse aún más, involucrando a los estudiantes en su propio aprendizaje, eso es lo que se denomina Flipped Learning. Este concepto fue definido por (Hamdan, McKinght, McKinght, & Arfstrom, 2013) El Flipped Learning es un enfoque pedagógico en el que la instrucción directa se mueve desde el espacio de aprendizaje colectivo hacia el espacio de aprendizaje individual, y el espacio resultante se transforma en un ambiente de aprendizaje dinámico e interactivo en el que el educador guía a los estudiantes a medida que se aplican los conceptos y puede participar creativamente en la materia. Este Concepto se basa en cuatro pilares:

1. **Entorno de aprendizaje flexible**, los docentes crean un espacio adaptado para que los estudiantes puedan elegir cuándo y dónde aprender, y entienden que cada uno es distinto, por eso sus expectativas de tiempos de aprendizaje y de evaluación son distintas.

2. **El modelo evoluciona** de Classroom a **Learning** dando un enfoque de instrucción aún más centrado en el estudiante, pues el docente puede usar esa interacción

participativa en la construcción del conocimiento del alumno, y este lo evalúa de una forma personalmente significativa.

3. **La intencionalidad del contenido** busca, además de desarrollar la comprensión conceptual, la fluidez de procedimiento, buscando instrucción por pares, Aprendizaje Basado en Problemas, etc., dependiendo del nivel del curso y de la asignatura. Si el modelo siguiera siendo el centrado en el profesor, nada de esto tendría sentido, pues estas estrategias de trabajo colaborativo no podrían desarrollarse.

4. Los **docentes** no son narradores ni conferenciantes, sino que su **profesionalidad** radica en observar continuamente a sus estudiantes, proporcionándoles, a través de la fluidez que proporciona el sistema, retroalimentación relevante, tanto de su trabajo como de su proceso y progreso. Los educadores son reflexivos y también interaccionan entre sí para mejorar, aceptando la crítica constructiva.

Para implementar esta metodología, lo primero es organizar correctamente las clases y su planificación, teniendo claro cuál es el rol del profesor en todo el proceso y cuál el del alumno, pues en función de estos roles habrá que priorizar acciones, marcar objetivos, distribuir tareas para lograr competencias, etc., es decir, lo que viene a ser programar. A continuación, se muestra una imagen que representa o contrasta lo que el profesor y los estudiantes hacían antes en las clases:

Analizando el Flipped Classroom: ¿qué hacen el profesor y el alumno?

The Flipped Classroom

	Tradicional	Flipped
Antes de Clase	Los alumnos leen y realizan unos ejercicios	Los estudiantes son guiados por un módulo que pregunta y recopila respuestas
	El profesor prepara la "exposición"	El profesor prepara actividades diversas y enriquecidas
Comienzo de la Clase	Los estudiantes tienen poca información sobre lo que se aprenderá	Los estudiantes tienen preguntas concretas en mente para dirigir su aprendizaje
	El profesor asume lo que es importante y relevante	El profesor puede anticipar dónde los estudiantes tendrán las dificultades
Durante la Clase	Los estudiantes intentan seguir el ritmo	Los estudiantes desarrollan las competencias que se supone deben adquirir
	El profesor lleva a cabo la lección a lo largo del material preparado	El profesor guía el proceso con feed-back y micro-lecciones
Después de Clase	Los estudiantes realizan los deberes normalmente con poco feedback	Los estudiantes continúan aplicando sus conocimientos tras las recomendaciones del profesor
	El profesor califica-supervisa los deberes	El profesor realiza explicaciones adicionales, proporciona más recursos y revisa los trabajos.
Horas de "Tutoría" o "guardia"	Los estudiantes quieren confirmación del trabajo realizado	Los estudiantes buscan ayuda para solventar las áreas mas débiles.
	El profesor repite a menudo lo que ya ha dicho en clase	El profesor continúa guiando a los estudiantes hacia un aprendizaje más profundo

Imagen 1. Fuente: https://sede.educacion.gob.es/publiventa/descarga.action?f_codigo_agc=16936

En palabras de (Touron, Javier Touron, 2014) teniendo claro lo que debe de hacer cada uno y el porqué, será más fácil acometer las labores del cambio metodológico.

Este proceso tiene seis puntos claves que se detallan a continuación:

Planificar	El profesor preparará actividades diversas y enriquecidas que tendrán que acometer los alumnos individualmente o en grupos una vez visualizada la explicación.
Grabar	El profesor grabará un vídeo con las explicaciones que considere pertinentes.
Compartir	Momento en el que el profesor puede anticipar a los alumnos dónde tendrán dificultades, para que ellos puedan prestar más atención cuando visualicen el material, pero desde una perspectiva motivante de superación de las dificultades.
Cambiar	Los estudiantes toman el relevo, visualizan el material proporcionado por el profesor y deben preparar sus cuestiones y planificarse para acometer los retos de las actividades preparadas para la siguiente sesión y así profundizar en el contenido.
Hacer grupos	Para debatir sobre lo visto, realizar las actividades, resolver dudas entre ellos, generar ideas, acometer investigaciones, etc.
Reagrupar	Después de las observaciones, reagruparlos para que trabajen los objetivos y refuercen sus aprendizajes.

Fuente: http://2.bp.blogspot.com/-Mv40xHp5up0/VHsXOhTcbOI/AAAAAAAAED4/fm2KJks1olA/s1600/javiertouron.es_flippeden6pasos.png
Elaborado por: autor

Indicadores para la creación de contenidos en Flipped Learning

(Touron, Javier Touron, 2014) en su blog Talento, Educación y Tecnología, propone unos indicadores para cada uno de los pilares planteados en el Flipped Learning, que considera deben marcar el camino para la generación de contenidos y materiales de las experiencias de aprendizaje de los estudiantes:

Entorno de aprendizaje flexible

F.1	Introducir espacios y tiempos que permitan a los estudiantes interactuar y reflexionar sobre su aprendizaje a medida que lo necesitan.
F.2	Observar y monitorear continuamente a los estudiantes para hacer los cambios oportunos en las presentaciones y tareas.
F.3	Ofrecer a los estudiantes en los materiales, diferentes modos para aprender un determinado contenido y para que demuestren el dominio de lo aprendido.

Modelo Learning

L.1	Otorgar a los alumnos oportunidades para que se impliquen en actividades significativas en las que el profesor no sea el centro.
L.2	Organizar, estructurar y generar estas actividades haciéndolas accesibles a todos los alumnos a través de la diferenciación y la retroalimentación.

La intencionalidad del contenido

I.1	Otorgar prioridad a los conceptos utilizados en la enseñanza directa, para que los alumnos puedan acceder ellos por sí mismos.
I.2	Crear o proponer contenido relevante (a través del uso de vídeos) para los estudiantes.
I.3	Diferenciar, materiales y actividades para hacer el contenido accesible y relevante para todos los estudiantes.

Profesionalidad

P.1	El docente está disponible para todos los estudiantes, individualmente, en grupos pequeños o para toda la clase, para ofrecerles retroalimentación en tiempo real cuando sea necesario.
P.2	Realizar evaluaciones formativas continuas durante el tiempo de clase a través de la observación y el registro de datos que informen la instrucción futura.
P.3	Compartir los materiales, colaborar y reflexionar con otros profesores y asumir la responsabilidad de la transformación de la práctica docente.

Herramientas para la obtención y creación de contenidos en vídeo para Flipped Classroom o Flipped Learning

Antes de entrar a la presentación de las diferentes herramientas, es importante entender que tanto Flipped Classroom como Flipped Learning orientan a que el estudiante construya su aprendizaje desde la reflexión, la participación y su propio trabajo. Si cada vez se producen y consumen más contenidos en vídeo, es por el valor que tienen y el poder tan grande con el que comunican atrayendo los sentidos del estudiante.

Si bien existen una serie de herramientas para la creación de contenidos en vídeo, (Santiago, 2014) sugiere a los docentes una lista de sitios que contienen recursos donde aprovechar material listo, que pueden ser gratuitos o de pago:

- **Academic Earth**: cursos en línea con formación en vídeos por los mejores especialistas del mundo.
- **Big Think**: entrevistas en vídeo a líderes de opinión en una gran variedad de ámbitos.
- **BrainPOP**: proveedor de vídeos animados educativos. Se requiere suscripción. De pago.
- **Brightstorm.** lecciones de vídeo resumidas en línea de profesionales de la educación. Clases gratis de matemáticas.

- **Cosmeo**: vídeos de Discovery Education. Se requiere suscripción.
- **CosmoLearning**: agregador de lecciones de vídeo *online* gratuitos y documentales.
- **Coursera**: conferencias impartidas por profesores de prestigio mundial y con ejercicios interactivos.
- **Discovery Education Streaming**. Vídeos sobre materias de diferentes material y niveles con actividades interactivas.
- **Futures Channel**: contenido multimedia de alta calidad ideal para el uso en el aula.
- **Internet Archive**: una colección de vídeos históricos gratis, muchos de carácter académico.
- **Khan Academy**: recursos de aprendizaje con una amplia biblioteca de vídeos, retos interactivos y evaluaciones.
- **MiriadaX:** plataforma de cursos MOOC gratuitos de diferentes temáticas.
- **MIT Open CourseWare**: conferencias y materiales del curso para estudiantes, maestros y autodidactas.
- **MIT Vídeo**: guía con vídeos y conferencias del MIT.
- **ResearchChannel**: miles de vídeos de destacados investigadores y académicos.
- **SchoolTube**: vídeos compartidos por escuelas que ofrecen contenido original creado por los estudiantes.
- **SchoolsWorld**: vídeos para el desarrollo profesional de los profesores, docentes y educadores.
- **SnagFilms**: una biblioteca repleta de documentales completos.
- **TED**: excelentes presentaciones de los principales pensadores y líderes de opinión del mundo.
- **YouTube EDU**: conferencias gratuitas de más de un centenar de colegios y universidades.

A continuación, se detallan algunas aplicaciones para que el profesor desarrolle sus propios materiales:

Herramientas de grabación:

- **AVI Screen Classic, Hyper Cam, ScreenCastsOnline, Wink, Verticalmoon, BB FlashBack Express, uTIPu TipCam**.

- **Grabadora Smart,** permite grabar las acciones realizadas en una pantalla interactiva. En el siguiente enlace, encontrará paso a paso para comenzar a utilizarlo: https://support.smarttech.com/docs/software/notebook/notebook-16/es/using/using-smart-tools/using-smart-recorder.cshtml

Herramientas de edición

- **Explain Everything** permite crear fácilmente un vídeo desde un PDF. En este vídeo se explican algunas de sus posibilidades: https://vimeo.com/63669944

- **Movenote** permite crear tutoriales, vídeos o lecciones fácilmente. Permite incluir enlaces a páginas web y subir fotos, además de realizar y enviar vídeos desde Gmail. Pero, como mayor ventaja, es que cuenta con apps para dispositivos móviles de Android y Mac, lo que permite a los propios alumnos crear sus proyectos: https://www.youtube.com/watch?v=NC2owls7C9w

- **Nearpod**, en principio, era una herramienta de gestión de aula que permitía mostrar en los dispositivos de los alumnos o en una pizarra lo que el profesor tenía en el suyo. Poco a poco, ha ido evolucionando y permite elaborarlos directamente, además de generar vídeos desde diapositivas, imágenes hechas previamente PDF o páginas web: https://www.youtube.com/watch?v=WufGqJ1EtRc

CONCLUSIONES

- La metodología Flipped Classroom planificada e implementada correctamente puede resultar de gran aporte en el proceso formativo de las nuevas generaciones de estudiantes, la creación y consumo de contenido a través de vídeos explicativos de corta duración está tomando cada vez más fuerza, por lo que este recurso debe ser más y mejor utilizado en el ámbito educativo.

- La implementación de metodologías como esta, acompañada del uso de recursos y herramientas tecnológicas, obliga a replantear el perfil y rol del docente. Para las nuevas generaciones de estudiantes del siglo XXI, se requieren docentes con nuevas competencias y habilidades, que estén dispuestos a cambiar la metodología de la educación tradicional, por una metodología que permita el aprendizaje activo de los estudiantes, donde ellos son el centro y por tanto también los principales responsables de su proceso formativo.

- Con el uso intensivo de los recursos y herramientas tecnológicas, así como con el aparecimiento de las nuevas modalidades de estudio (b-Learning, e-Learning, m-Learning), el concepto de Flipped Classroom utilizado en la modalidad presencial, está evolucionando hacia el Flipped Learning, donde a través del uso de plataformas virtuales también se puede implementar la metodología, esto demuestra que la misma es adaptable a cualquier modalidad de estudio.

- Este artículo además de señalar los principales aspectos sobre el Flipped Classroom y Flipped Learning, contiene información importante sobre los recursos que el docente puede utilizar para obtener o crear contenido, o como también se conoce “flipear” sus materiales educativos.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilera, C., Manzano, A., Martínez, I., Lozano, M., & Casiano, C. (2017). El modelo Flipped Classroom. *Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y Mayores*. Retrieved from http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34

Bergmann, J., & Sams, A. (2012). Flip Your Clas¬sroom: Reach Every Student in Every Class Every Day. EE.UU. *International Society for Technolo¬gy in Education*.

Del Pino, B., Prieto, B., Prieto, A., & Illeras, F. (2016). Utilización de la metodología de aula invertida en una asignatura de Fundamentos de Informática. *Enseñanza y Aprendizaje de Ingeniería de Computadores*. Retrieved from https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5578242

Hamdan, N., McKinght, P., McKinght, K., & Arfstrom, K. (2013). *flipped learning.* Retrieved from A Review of Flipped Learning: https://flippedlearning.org/wp-content/uploads/2016/07/Extension-of-FLipped-Learning-LIt-Review-June-2014.pdf

Jordán-Lluch, C., Pérez Peñalver, M., & Sanabria-Codesal, E. (2014). Flipped Classroom: Reflexiones y opiniones de los implicados. *Jornadas de Innovación Educativa y docencia en Red de la Universitat Politécnica de València* (pp. 310-323). Valencia: Universitat Politécnica de València. Retrieved from http://hdl.handle.net/10251/66232

Merla, A., & Yánez, C. (2016). El aula invertida como estrategia para la mejora del rendimiento académico . *Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia, 8*(16), 1-11. Retrieved from http://revistas.unam.mx/index.php/rmbd/article/view/57108

Moll, S. (2014, abril 21). Retrieved from 5 razones por las que tus alumnos no te escuchan mientras les enseñas.: http://justificaturespuesta.com/5-razones-por-las-que-tus-alumnos-no-te-escuchan-mientras-les-ensenas/

Oblinger, D. , O. (2005). *Is it Age or IT: First Steps toward Understanding the Net Genera¬tion. Educating the Net Generation.* Retrieved from http://www.educause.edu/ educatingthenet¬gen/

Paz, A., Serna, A., Ramírez, M., Valencia , T., & Reinoso, J. (2014). Hacia la Perspectiva de Aula Invertida (Flipped Classroom) en la Pontificia Universidad Javeriana desde una tipología de uso educativo del Sistema Lecture Capture (S.L.C). *Novena Conferencia Latinoamericana de Objetos y Tecnologías de Aprendizaje.* Manizales. Retrieved from https://www.semanticscholar.org/paper/Hacia-la-Perspectiva-de-Aula-Invertida-(Flipped-en-PAz-Serna/a13cf1771e945217bffe60ac87a07f647404d8ae

Quiroga, A. (2014, abril 11). *Observatorio de Educación. Definición de Aula Invertida.* Retrieved from Politécnico Gran Colombiano: http://crear.poligran.edu.co/?p=1177

Ruiz, F. (2016). TIC en educación infantil: una propuesta formativa en la asignatura didáctica de las. matemáticas basadas en el uso de la tecnología. *Revista DIM, 33*, 1-18.

Sáez, B., Viñegla, S., & Piedad, M. (2014). Una experiencia de flipped classroom. *Educar para transformar. Actas XI Jornadas Internacionales de Innovación Universitaria.* Madrid: Universidad Europea de Madrid. Retrieved from https://es.scribd.com/document/312756040/Educar-para-transformar-Aprendizaje-experimental-pdf

Touron, J. (2014, mayo 12). *Javier Touron*. Retrieved from La enseñanza inversa: ¿aclaramos conceptos?: http://www.javiertouron.es/2014/05/la-ensenanza-inversa-aclaramos-conceptos.html

Touron, J., & Santiago, R. (2015). El modelo Flipped Learning y el desarrollo del talento en la escuela. *Revista de Educación*. doi:10.4438/1988-592X-RE-2015-368-288

Vidal, L., Rivera, N., Nolla, N., Morales, I., & Vialart, M. (2016). *The flipped classroom, a new didactic strategy .* Retrieved from Escuela Nacional de Salud Pública (ENSAP): http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-2

008. TUTORÍAS RESILIENTES PARA LA SUPERACIÓN PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES CON DISCAPACIDAD MOTORA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ

Autores:

Katherine Tarazona Meza, Mg.[3]
Kasandra Vanessa Saldarriaga Villamil, Mg.[4]
María Isabel Amor Almedina, Dra.[5]
Eleticia Isabel Pinargote Macías Mg.[6]

RESUMEN

La condición de discapacidad causa múltiples cambios en la vida de una persona, poniendo en juego distintos mecanismos que le permiten adaptarse a la nueva situación y aprender a vivir con restricciones importantes que requieren un esfuerzo para realizar una vida normalizada, en una sociedad donde no faltan las actitudes discriminatorias y diferenciadoras, que hacen más difícil el proceso de adaptación ante la sociedad, todo ello influye en los esfuerzos por lograr la superación personal del discapacitado y el fortalecimiento de su postura resiliente. El objetivo de la investigación consiste en establecer las tutorías resiliente y superación personal de los estudiantes con discapacidad Motora de la Universidad Técnica de Manabí.

En el trabajo se muestra un análisis sobre los antecedentes funcionales y conceptuales del fenómeno relacionado con la discapacidad motora y los derechos de las personas que la padecen para desarrollar sus habilidades sociales de obtener una profesión. Se aborda el concepto de resiliencia y lo relacionado con la capacidad de superación de las personas discapacitadas. Se ofrecen los resultados obtenidos en la aplicación del test SV-RES elaborado por los investigadores Saavedra & Villalta, 2008, a los estudiantes que padecen discapacidad motora y que se encuentran matriculados en diferentes carreras de la universidad técnica de Manabí, los resultados se ofrecen en tablas y se presenta un análisis relacionado con la resiliencia y la superación personal de dichos estudiantes.

Palabras claves: Discapacidad motora, superación personal, resiliencia, estudiantes discapacitados.

Abstract

The condition of disability causes multiple changes in the life of a person, putting into play different mechanisms that allow him to adapt to the new situation and learn to live with

[3] Docente-Investigador. Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales. Universidad Técnica de Manabí, atarazona@utm.edu.ec
[4] Docente-Investigador. Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales. Universidad Técnica de Manabí, ksaldarriaga@utm.edu.ec
[5] Dra. Mª Isabel Amor Almedina - Departamento de Educación. Universidad de Córdoba de España, ed2amalm@uco.es
[4] Docente-Investigador. Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales. Universidad Técnica de Manabí, epinargote@utm.edu.ec

important restrictions that require an effort to realize a normalized life, in a society where there is no shortage discriminatory and differentiating attitudes, which make the process of adaptation to society more difficult, all this influences the efforts to achieve the personal improvement of the disabled and the strengthening of their resilient posture. The objective of the research is to establish the resilience and personal improvement of students with motor disabilities at the Technical University of Manabí.

The paper shows an analysis of the functional and conceptual background of the phenomenon related to motor disability and the rights of people who suffer from it to develop their social skills to obtain a profession. It addresses the concept of resilience and what is related to the ability of people with disabilities to overcome. The results obtained in the application of the SV-RES test prepared by the researchers Saavedra & Villalta, 2008, are offered to students who suffer motor disability and who are enrolled in different careers of the technical university of Manabí, the results are offered in tables and an analysis related to the resilience and personal improvement of said students is presented.

Key words: Motor disability, personal improvement, resilience, disabled students**.**

1. INTRODUCCIÓN

Al hablar científicamente sobre el fenómeno de la discapacidad motora y su relación con la resiliencia, es necesario conocer algunos antecedentes funcionales y conceptuales. A lo largo de la historia, la humanidad ha tenido diferentes formas de reaccionar frente a individuos cuyas funciones intelectuales o formaciones corporales difieren de las de la mayoría de sus integrantes.

El Imperio Romano en su concepción idealista de salud y belleza física, despeñaban a malformados de nacimiento desde el monte Taigeto en Esparta o desde Tarpeya en Roma, mientras en la antigua India los arrojaban al río Ganges (Márquez, 2015). En cambio, los Vikingos, que conformaban un pueblo guerrero, consideraban a dichas personas como dioses (Dueñas, 2001). El infanticidio se practicaba en algunas culturas que desaprobaba lo que hoy se conoce como una discapacidad. De esta manera, han existido y existen personas diferentes, en donde el trato hacia ellas ha sido discriminatorio y abordado por los diferentes enfoques teóricos y políticos.

Paradójicamente se ha avanzado y a la vez, retrocedido en la búsqueda de términos menos peyorativos, estigmatizantes o con menos connotaciones negativas con el intento genuino de cambiar esa imagen de rechazo y el rol de las personas con discapacidad en esta sociedad. Muchas de estas denominaciones, a pesar de ser representativas de concepciones médicas, psicológicas, educativas o sociales ya superadas o inadecuadas para los tiempos actuales, siguen utilizándose por un número considerable de personas. Los individuos con discapacidad a menudo han sido injustamente identificados con limitaciones intelectuales o disfunciones psicológicas (Márquez, 2015).

La presencia de estudiantes con discapacidad en las universidades ecuatorianas ha potenciado la investigación sobre su problemática, proliferando la realización de estudios vinculados con la vida de los estudiantes universitarios discapacitados. Estas experiencias vienen a resaltar que, en el contexto universitario, estos estudiantes presentan mayores dificultades que la población en general pues, además de su propia discapacidad, deben superar no solo barreras arquitectónicas sino también psicosociales.

En la actualidad es un deber social asegurar que la persona con discapacidad logre su plena incorporación a la vida académica y la consecución de un título profesional. Uno de los objetivos plasmados en el Plan Nacional de Desarrollo de Ecuador 2017-2021 (CNP, 2017), es alcanzar la justicia educativa y la equidad, esto es: garantizar el derecho a la educación, un derecho expresado como la igualdad de oportunidades para el acceso, la permanencia y el logro educativo de todos los jóvenes del país en la educación superior, ya es una realidad que los esfuerzos de las personas con discapacidad, de sus familias, de los maestros, del personal de educación especial, promueven cambios en las actitudes sociales, en la legislación, en las oportunidades para el trabajo y en la educación.

La discapacidad motora, objeto de estudio de esta investigación, las personas que la padecen suelen ser objeto de discriminación e indiferencia, debido a que en la sociedad aún existe desconocimiento y omisión de los derechos que las protegen, considerándose una población vulnerable y siendo limitadas a vivir dignamente.

Uno de los compromisos sociales de la Universidad Técnica de Manabí es de proporcionar un servicio educativo eficiente en su dimensión formativa a este grupo prioritario; no obstante, es menester mejorar las condiciones de infraestructura acorde a las necesidades físicas; equipo tecnológico especializado y estrategias académicas adecuadas para fortalecer su aprendizaje y desarrollar las capacidades intelectuales, físicas y estéticas.

Este centro de educación superior alberga 123 estudiantes que presentan diferentes tipos de discapacidad, que desde la resiliencia se la conoce como diversidad funcional; entendida ésta como la actitud que tiene el individuo para enfrentar las vicisitudes y adversidades que la vida le presenta con optimismo, haciendo uso de sus propias fortalezas y teniendo como soporte externo el contexto social que le rodea. De acuerdo a Leal Hermelia (2012) “la persona resiliente utiliza el instinto de supervivencia y los procesos cognitivos como pilares y fuentes de sistemas contenedores”.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se aplicó el método inductivo que permitió razonar de manera lógica los conceptos asociados a la resiliencia en estudiantes que padecen discapacidad motora. Se aplicaron las técnicas investigativas asociadas a la realización del test SV-RES elaborado por los investigadores (Saavedra & Villalta, 2008). Dicho instrumento se basa en la evaluación de 12 dimensiones, que permiten verificar la situación según tres escalas: alta, promedio y baja. Las dimensiones corresponden a las siguientes: identidad; autonomía; satisfacción; pragmatismo; vínculo; redes; modelos; metas; afectividad; autoeficacia; aprendizaje y; generatividad.
El estudio es de carácter cuantitativo-descriptivo, de fuentes de datos primarios, transaccional en la recogida de información, micro sociológico en su cobertura muestral. Los ámbitos de estudio son la psicología y sociedad. La muestra es de tipo intencional, buscando los atributos necesarios para el estudio.

3. RESULTADOS

3.1. El concepto de resiliencia

El concepto de resiliencia se viene estudiando desde la segunda mitad del Siglo XX; tiene como origen etimológico la palabra latina "resilio" que significa volver atrás, volver de un salto, resaltar, rebotar (Becoña, 2006), (S. S. Luthar, 2006). En el campo de la Psicología, el término resiliencia cobra importancia a través de los trabajos de (Rutter, 2006), quien considera que la resiliencia "no debe ser entendida como la animada negación de las difíciles experiencias de la vida, dolores y cicatrices: es más bien, la habilidad para continuar adelante. A pesar de ello el propio autor plantea que resulta difícil identificar las raíces del surgimiento del interés en la resiliencia; su origen data del año 1955, con el estudio longitudinal desarrollado por Emmy Werner y Ruth Smith, en el que estudiaron, a lo largo de 30 años, una cohorte de 698 niños nacidos en las Islas Kauai (Hawai) en condiciones desfavorables.

En el estudio realizado por Emmy Werner y Ruth Smith se encontró que el 80% de la muestra no presentaban comportamientos psicopatológicos siendo adultos, por el contrario, eran personas optimistas, de visión positiva, adaptados, competentes e integrados a su contexto social y cultural. Esta investigación, a pesar de haberse realizado en un contexto diferente a la resiliencia, ha tenido relevancia significativa en su surgimiento y desarrollo posterior (Kotliarenco, Cáceres, & Fontecilla, 1997). A partir de ese momento, se realizaron un

sinnúmero de estudios sobre resiliencia en la infancia, que se remontan a la observación de comportamientos individuales de superación, que parecían más casos aislados y anecdóticos y por otro lado, al estudio evolutivo de niños que habían vivido en condiciones difíciles, como pobreza extrema y psicopatología de los padres, entre otros (S. Luthar, Cicchetti, & Becker, 2000), (Pan & Chan, 2007). Más adelante, el enfoque de los estudios sobre resiliencia logra trascender la mirada tradicional de adversidad versus presencia de psicopatología, a la de adversidad versus posibilidad de adaptación exitosa (10).

La resiliencia puede transformar o fortalecer a aquellas personas enfrentadas a la adversidad, manteniendo conductas de adaptación, permitiendo un desarrollo normal o promoviendo un crecimiento más allá del nivel de funcionamiento presente. Así entonces, se puede identificar como resiliencia en los estudiantes discapacitados físicos, a la capacidad de éstos para superar los riesgos y evitar resultados negativos, en términos conductuales, psicológicos, académicos, e incluso, físicos.

Considerando lo planteado anteriormente se puede entender por resiliencia a la capacidad humana de los individuos o grupos de estos, para superar grandes dificultades y crecer a partir de ellas. La diversidad de obstáculos que pueden interferir en el camino de un sujeto puede ir desde situaciones permanentes y estructurales, como la pobreza, hasta situaciones puntuales y personales como padecer una incapacidad motora (E. Saavedra, Salas, Cornejo, & Morales, 2015). De esta manera resulta muy probable que en cada uno de los seres humanos se puedan localizar ejemplos de capacidad resiliente. Al parecer las situaciones de personas que salen adelante, luego de vencer los obstáculos, están presentes en diferentes culturas y diversos países.

El desarrollo de la resiliencia suele ser discontinuo o pasar por determinadas fluctuaciones. Del mismo modo que se tratará de una capacidad que va más allá de la resistencia, sino que implica el proyectarse a partir de la dificultad, a veces hasta transformando una situación negativa en algo positivo que facilita el crecimiento. Tampoco resulta una condición absoluta, que se tiene o no. Es siempre dinámica y en constante construcción, que se desarrolla en la interacción con los otros y el entorno que rodea a los sujetos (E. Saavedra et al., 2015).

La resiliencia no se debe mirar como una simple técnica de intervención que ayuda a reparar un daño, sino que se trata de una mirada global diferente que busca a partir del problema, generar recursos para reconstruir y reinventar la vida desde una situación adversa (E. Saavedra et al., 2015).

El concepto y los modelos sobre la resiliencia no constituyen una panacea ni una receta simplificadora de los complejos procesos de intervención social, pero pueden constituir un enfoque que, con carácter transversal, oriente las intervenciones de los profesores y todo aquel que tiene relación en su trabajo con estudiantes discapacitados. La resiliencia se perfila como una línea investigadora con grandes posibilidades de desarrollo en el futuro para su aplicación al campo de lo social, en general y en el trabajo social particularmente (Alcívar, Álava, Romero, Tarazona, & Mero, 2017), (Espín & Tarazona, 2016).

3.2. *La capacidad de superación*

La capacidad universal que posee el hombre para hacerle frente a las circunstancias totalmente adversas y sobreponerse sin rendirse, utilizando las fortalezas propias de su

sistema psíquico y de los soportes externos de familiares o amigos, se define como resiliencia, entendida como la resistencia humana que mueve la voluntad del individuo la que le permite resistir, sobrevivir, levantarse y reorientar su vida, actuando con el impulso que mueve la energía de poder, de querer y de hacer, empujándolo a ejercer sus fuerzas y a defenderse de las que actúan en contra de su seguridad. Utiliza el instinto de supervivencia y los procesos cognitivos como pilares y fuentes de sistemas contenedores (Leal, 2012).

En el proceso de resiliencia, las dificultades se convierten en oportunidades de crecimiento personal, la necesidad que emerge no sólo conlleva la superación de la adversidad, la capacidad de resolver los problemas, o de afrontar con éxito las dificultades, sino que además se obtiene como resultado el mejoramiento de la condición humana.

La resiliencia es tan individual como cada persona, el proceso es único, implica la propia responsabilidad de trabajo y tiempo en el que se debe mantener una búsqueda constante de la creatividad, de no confiarse porque se mantuvo una conducta resiliente en un evento, imaginar que se mantendrá igual en otra situación, la resiliencia es el resultado de cada proceso, que involucra, voluntad, motivación, y tiempo entre la relación sujeto-entorno.

Ser resiliente significa superar las adversidades de manera creativa, quitarse los miedos y confiar en las propias habilidades; acostumbrarse a la crítica, a experimentar la soledad, la independencia y la tristeza, permitirse sentir el dolor, porque el verdadero éxito no llega tan pronto ni por casualidad, requiere del compromiso de dirigir la mirada hacia el interior del propio ser, buscando encontrar la calma y las respuestas optimistas, es aprender a vivir con la noche y la oscuridad, afrontar los riesgos verdaderos e imaginarios, tomar los problemas y las tempestades con valor, renovar la energía positivamente enriqueciendo el talento, la creatividad y la imaginación, es aprovechar todos los recursos que ofrece el medio social.

La vida del ser humano es compleja, está rodeada de circunstancias cambiantes, ofrece oportunidades de disfrutar momentos de inmensa felicidad, de experimentar lo novedoso, sentir diferentes emociones como alegrías, miedos, tristeza, ira, al mismo tiempo que le permite prepararse académicamente y destacarse a nivel profesional.
Con respecto a la dinámica de la existencia humana, ésta transcurre sumergida en diversas actividades, haciendo planes, negociaciones, organizando viajes, creando, e imaginando situaciones; por consiguiente, se encuentra dedicada a las exigencias de cada día del trabajo y de los interminables compromisos; no obstante, el individuo no está exento de sufrir en algún momento de su vida o atravesar por una crisis de cualquier tipo.

Desde esta arista, el proceso de resiliencia tiende mirar los problemas como un espacio u oportunidad que la persona tiene para enrumbarse hacia nuevos desafíos; actitud que implica tener responsabilidades más complejas, asumir nuevos roles, lo que permite mejorar su autocontrol.

Desarrollar la actitud resiliente en las personas con discapacidad motora en los predios universitarios es una condición ineludible, debido a que los estudiantes deben desplazarse de un lugar a otro, interactuar con sus pares en condiciones desiguales, desarrollar competencias propias de su profesión, que, en algunas ocasiones, están en desventajas por las exigencias que las actividades requieren. En condiciones resilientes, estos sujetos podrán acostumbrarse a la crítica, a experimentar momentos de frustración, afrontar riesgos y superar las

adversidades de manera creativa haciendo uso de su imaginación y aprovechando de manera idónea los recursos que le proporciona el medio.

3.3 *La tutoría como un medio de desarrollar la resiliencia*

Actualmente las tendencias de formación profesional exigen a las universidades brindar la orientación oportuna que garantice el éxito académico de los estudiantes, la misma que se la realiza mediante las tutorías, entendida esta, como el acompañamiento que el docente hace a sus estudiantes para viabilizar su desarrollo personal y su formación profesional; equilibrio necesario para asegurar el desarrollo armónico y superar de manera oportuna problemas psicosociales que afectan su equilibrio emocional y por ende la culminación de su carrera.

En este sentido, los tutores juegan un rol preponderante en el éxito o fracaso de un estudiante universitario, está en dependencia de la orientación, guía, tiempo de dedicación, atención a sus necesidades y conflictos. El trabajo que desarrolle con su tutorado permitirá establecer una relación útil y funcional que dará seguridad al tutorado.

Para el abordaje de una tutoría resiliente a criterio de Lavilla, 2013 es importante que el tutor tenga una preparación previa y ponga en marcha cinco ideas básicas: el estar presente y mostrar interés de lo que ocurre en el entorno del estudiante cognitiva y emocionalmente; aceptar al estudiante como es; la gestión emocional, es importante que el docente detecte y pueda sustituir las emociones como la compasión, la satisfacción y la alegría mediante el uso la razón; utilizar preguntas y no sermones donde el alumno encuentre respuestas y lo invite a pensar y encuentre sus propias soluciones; redefinir las narrativas negativas por más positivas y creativas. Se considera trascendental que el docente tutor muestre una actitud de empatía y empoderamiento, crear una atmósfera de confianza y seguridad permitirá al educando de sentirse apoyado y generar compromiso consigo mismo y su contexto educativo.

El reglamento de tutoría de la Universidad Técnica de Manabí en su artículo 1, demanda que la tutoría es una función inherente a la actividad del docente, su misión es orientar, apoyar el desarrollo integral del educando, identificar sus debilidades y fortalezas; así como también, plantear a través de un Plan Institucional de Tutorías estrategias que coadyuven a la toma de decisiones y garantizar el éxito en su trayectoria académica.

En este ámbito de mejoramiento continuo y en la búsqueda del aseguramiento de la calidad de la educación superior, se considera fundamental la puesta en marcha de estrategias que permitan atender las necesidades de estudiantes con discapacidad y brindar una educación inclusiva de calidad y con calidez. La UNESCO, 2005 citado por Herrán, otros, 2016 expresa: “El propósito de la educación inclusiva es permitir que los maestros y estudiantes se sientan cómodos ante la diversidad y la perciban no como un problema, sino como un desafío y una oportunidad para enriquecer las formas de enseñar y aprender” (pág 168).

Este propósito requiere la aplicación el Plan de Acción Tutorial para estudiantes universitarios con discapacidad; metodología aplicada en países europeos con la finalidad de apoyar a los estudiantes universitarios con discapacidad, este plan plantea mecanismos de actuación durante el proceso formativo, el mismo que involucra a los gestores universitarios: profesorado, personal de administración y servicios y los propios estudiantes (Gairín, J. Otros, 2013).

El plan tutorial de estas universidades de acuerdo a las necesidades de formación se extiende más allá de la orientación y asesoramiento de contenidos respectos a la malla curricular, además estas universidades europeas apuestan por la orientación y la tutoría como un cambio de paradigma universitario con el que se pretende superar un modelo instructivo, basado en la transmisión de contenidos, a favor de un modelo formativo integral, centrado en la comunicación bidireccional y en la interacción profesor/alumno (Amor, 2016b).

En países iberoamericanos las prácticas tutoriales han sido considerada como un indicador de la calidad educativa al comprobar mejoras en los resultados de satisfacción en los estudiantes y reconocimiento de su valor por parte de los agentes implicados y las agencias de evaluación y acreditación. Desde esta mirada la tutoría adquiere relevancia en la intervención educativa personalizada, de acompañamiento, asesoramiento y apoyo en el fortalecimiento de las competencias y la configuración del proyecto de vida del estudiante (Lobato C, Guerra N 2016).

La Constitución de la República del Ecuador garantiza que todas las personas son iguales y que gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de etnias lugares de nacimiento, sexo, entidad de género, y cultural estado civil, idioma religión, otros.

Por tanto, a ley sancionará toda forma de discriminación (Constitución de la República del Ecuador, Art. 11). A Partir de este decreto la Universidad Técnica de Manabí declara en el reglamento de políticas de acción afirmativa establecer normas y prácticas orientadas a eliminar toda forma de discriminación y garantizar la igualdad de oportunidades de grupos humanos tradicionalmente discriminado (Reglamento de políticas de acción afirmativas de la Universidad Técnica de Manabí, Ar.1).

Para cumplir con este objetivo en los casos en estudiantes con discapacidad motora que un 60% de discapacidad física como movilidad reducida se asignen aulas en la planta baja, dar asistencia personalizada en lo académico y tecnológico, faculta a los docentes ser flexibles a las necesidades de los estudiantes para rendir las pruebas, enviar tareas trabajos de investigación y hacer las respectivas adaptaciones curriculares. Para las prácticas pre profesional de acuerdo al tipo de discapacidad se permitirá que estas sean realizadas en el interior de los predios universitarios. (Reglamento de políticas de acción afirmativas de la Universidad Técnica de Manabí, Capítulo II, Art. 15-21).

Otro aspecto importante considerado para los estudiantes de capacidad motora: los procesos de matriculación pueden realizarse desde la Secretaría General, mobiliario adaptado a las necesidades en referencia a las tutorías. Este reglamento exige que se cumplan con los siguientes parámetros: asignar un tutor personal quien debe a previo inicio de clases tener una entrevista de acogida para la evaluación didáctica inicial y planificación de las tutorías, así mismo deberá entrevistarse con profesores que vayan hacer docentes de sus tutorados con quienes tendrá reuniones semanales para realizar tutorías formativas (Reglamento de políticas de acción afirmativas de la Universidad Técnica de Manabí, Capítulo III Art. 22-24).

El reglamento contempla la accesibilidad como medio de asegurar la movilidad en los predios universitarios y se compromete a cumplir estrictamente lo establecido en las normas de accesibilidad para personas con discapacidad dictada por el Instituto Ecuatoriano de

Normalización (INEN), de manera particular en la infraestructura física, de escalera, rampa fija, señalética de accesibilidad, piso antideslizante, espacio de acceso, circulación peatonal, agarradera, pasamanos, que están instalado en aulas de clases, laboratorios, otros. Así mismo, brindar servicios de transporte en la zona urbana para la movilización y asegurar su bienestar físico. (Reglamento de políticas de acción afirmativas de la Universidad Técnica de Manabí, Capítulo IV Art. 25-31).

La normativa citada devela que la acción tutorial integra un conjunto de actividades planificadas y organizadas por el docente en favor de los estudiantes. Para el cumplimiento de este articulado se plantea brindar tutorías académicas y de acompañamiento, proceso de apoyo permanente que den respuestas a los diferentes problemas y necesidades del estudiantado universitario.

Para dar cumplimiento de lo normado en el Reglamento de Acción Afirmativa se requiere elaborar un plan de acción tutorial que permite lograr beneficios bidimensionales entre el estudiante, el profesor tutor y la institución que se beneficia. El Plan debe generar métodos de acompañamiento colaborativos basados en trayectorias estudiantiles, profesionales y el sistema educativo de los que se obtengan beneficios académicos que pueden ser plasmados en la reducción de las tasas de deserción, repitencia, favorecer los procesos de investigación que mejore la calidad de la educación y formación del profesional. (Saldarriaga, K., Amor, M. 2019).

A manera de ejemplo, en las universidades españolas y europeas la misión tutorial cumple cuatro momentos esenciales que parten desde el ingreso hasta el egreso del estudiante. Durante el ingreso realizan acciones informativas y de difusión para la promoción; el momento de acogida realizan trabajos de orientación profesional y familiar, para la cual el estudiante cuenta con el acompañamiento de matriculación, además existe un programa de acogida específico para estudiantes con discapacidad; el tercer momento llamado de permanencia se da orientación académica, facilita técnicas de estudio y apoyo académico a estudiantes con discapacidad, así mismo, se dinamiza la colaboración entre iguales y el establecimiento de redes de apoyo vinculados más hacia el fortalecimiento de la personalidad que lo académico.

Finalmente, para el cuarto momento de egreso, estas universidades realizan orientación hacia el campo laboral y perfiles profesionales, que dan soporte al estudiante en la búsqueda de empleo y orientación académica para continuar su formación de cuarto nivel (Gairín J, 2013)

Este mismo autor plantea fases de intervención para garantizar el éxito de la acción tutorial en la que considera como primera fase la motivación y la sensibilización con el ánimo de difundir las ventajas y posibilidades de formación del estudiante lograr la implicación de los distintos protagonistas; en la segunda fase de planificación; se sistematiza el conjunto de actuaciones que configura la propuesta que la universidad la considera más idónea de acuerdo al contexto, incluye la detección de necesidades previas, la concreción de acciones y los recursos implicados en función de los objetivos que se desean lograr, vinculados éstos a satisfacer las necesidades de los estudiantes con discapacidades, la tercera fase de ejecución constituye la materialización de lo planificado, los mecanismos de apoyo y la manera de minimizar los problemas que pudieran presentarse; por último en la fase de evaluación, se monitorea la calidad de las acciones realizadas, el desempeño de los tutores

el soporte brindado, los recursos destinados, otros, sin olvidar que el norte es verificar la efectividad del Plan para los estudiantes con discapacidad.

3.4. Estudiantes con discapacidad motora de la Universidad Técnica de Manabí

En los últimos años la cantidad de estudiantes discapacitados que matriculan en diferentes carreras ha ido experimentando un incremento sostenido. Actualmente en la Universidad Técnica de Manabí estudian 88 estudiantes que presentan algún tipo de discapacidad y específicamente de ellos existen 35 que padecen una discapacidad motora. En la tabla 1 se muestra la cantidad de estudiantes que padecen discapacidad motora por carreras.

Tabla 1. Distribución de estudiantes con discapacidad motora por carreras

Carrera	N
Administración	3
Contabilidad	1
Economía	3
Enfermería	3
Idioma y lingüística	1
Ingeniería civil	1
Ingeniería en Industrias	2
Ingeniería en sistemas informáticos	2
Ingeniería Mecánica	1
Ingeniería Química	4
Ingeniería Zootécnica	2
Laboratorio Clínico	1
Medicina Veterinaria	1
Nutrición y Dietética	1
Optometría	2
Psicología Clínica	2
Trabajo Social	5
Total	35

Del total de los estudiantes que padecen discapacidad motora 18 son mujeres para el 51,42% y 17 son hombres para el 48,58%. Con edades comprendidas entre 19 y 37 años. Fueron clasificados en función de la etapa en la que adquirieron la discapacidad, correspondiendo 19 jóvenes con discapacidad adquirida desde el nacimiento para el 54.3% y 16 con discapacidad sobrevenida para el 45.7%. Según el nivel de la discapacidad física se distribuyen según lo expresado en la tabla 2.

Tabla 2. Distribución de estudiantes según el nivel de la discapacidad física

Nivel de discapacidad	**N**
Menos del 10%	1
Entre el 30% y el 39%	4
Entre el 40% y el 49%	14
Entre el 50% y el 59%	3

Entre el 60% y el 69%	6
Entre el 70% y el 79%	3
Entre el 80% y el 89%	4
Total	35

3.5. Relación entre resiliencia y superación personal

Con el objetivo de definir la relación existente entre resiliencia y superación personal lograda por los estudiantes con discapacidad motora de la Universidad Técnica de Manabí, se aplicó a los 35 estudiantes que padecen discapacidad motora el test SV-RES elaborado por los investigadores (4), donde se pudieron obtener los siguientes resultados. En la tabla 3 se expone el resultado del análisis estadístico relacionado con el estudio de la resiliencia de los jóvenes discapacitados.

Tabla 3. Descriptivos de la muestra sobre resiliencia

	ALTO		**PROMEDIO**		**BAJO**	
Dimensiones	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Identidad	3	9	23	65	9	26
Autonomía	5	14	19	54	11	32
Satisfacción	3	9	15	43	17	48
Pragmatismo	4	11	16	46	15	43
Vínculos	3	9	20	57	12	34
Redes	5	14	15	43	15	43
Modelos	3	9	17	50	15	41
Metas	6	17	20	57	9	26
Afectividad	5	14	17	50	13	36
Autoeficacia	3	9	18	51	14	40
Aprendizaje	5	14	19	54	11	32
Generatividad	4	11	20	57	11	32

El resultado del test permite verificar que existe una relación estrecha entre el nivel de resiliencia y el grado de discapacidad de los estudiantes, pues la cantidad de estos que presentan un nivel alto de resiliencia, es relativamente proporcional a la cantidad de los estudiantes que presentan entre el 10% y el 39% de incapacidad. De igual manera sucede con los que presentan un alto grado de discapacidad, que manifiestan una proporcionalidad en relación con el nivel de resiliencia bajo. Al propio tiempo se puede apreciar que una cantidad importante de estudiantes no logra la superación personal esperada, por lo que resulta necesario dedicar tiempo al trabajo psicológico de resiliencia, en el cual la Universidad Técnica de Manabí posee experiencias acumuladas, durante una investigación titulada “Apoyo resiliente en pacientes oncológicos. Trauma pos terremoto” (Tarazona, Bowem, & Suarez, 2018), donde fueron aplicados varios talleres de resiliencia con resultados satisfactorios.

CONCLUSIONES

El trabajo permitió determinar la relación existente entre el grado de la discapacidad motora de los estudiantes y el nivel de resiliencia, pudiendo verificar que, a mayor grado de discapacidad, la resiliencia suele ser menor.
Se pudo comprobar que la mayoría de los estudiantes no logra la superación personal esperada, por lo que resulta necesario la aplicación de actividades psicológicas encaminadas a fortalecer la resiliencia de los estudiantes que padecen discapacidad motora.

Se sugiere plantear en el Reglamento de políticas de acción afirmativas y Reglamento general de tutorías de la Universidad Técnica de Manabí el Plan de Acción Tutorial que incluyan procesos para optimizar el acompañamiento académico a los estudiantes con discapacidad. Este plan facilitará la orientación y acompañamiento oportuno para este grupo de estudiantes, y desarrollar actitudes resilientes que le permitan la toma de decisiones en el ámbito profesional, laboral y personal.
Brindar capacitación a los docentes como lo establece el Reglamento de Acción Afirmativa de la Universidad Técnica de Manabí, afín de que pueda asumir su rol de tutor con empoderamiento y empatía para orientar eficaz y eficientemente al tutorado.

BIBLIOGRAFÍA

Alcívar, M. E. M., Álava, B. L. M., Romero, C. S. A., Tarazona, M. A. K., & Mero, R. E. N. (2017). Resilience from Community Social Work. *International Journal of Research in Social Sciences. ISSN: 2249-2496 Impact Factor: 6.278, Volume 7, Issue 6 June 2017*.

Amor, M.I. (2016a) Evaluación de la orientación y la tutoría en la Facultad de Educación de la U Universidad de Córdoba. *Educativo Siglo XXI, 34, 93-112.*

Becoña, E. (2006). Resiliencia: definición, características y utilidad del concepto. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica, 11*, 125-146.

Constitución de la República del Ecuador, Asamblea Constituyente, Art. 11. Disponible en : https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf

CNP. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. *Consejo Nacional de Planificación. Toda una vida. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), Disponible en: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf*.

Dueñas, P. (2001). El licenciado en Relaciones Industriales buscando oportunidades de trabajo para personas discapacitadas. *México, UIA GC*.

Espín, C. E. A., & Tarazona, M. A. K. (2016). Social Resilience. Earthquake Consequences to an Intense. *International Journal of College & University (IJCU), ID: IJCU-1281*. (2016).

Gairín, J., Muñoz, J. L., & Galan, A. (2013). El plan de acción tutorial para estudiantes universitarios con discapacidad. *Revista nacional e internacional de educación inclusiva. Vol. 7 (1). (2014).*

Herrán, A., Pinarogote, M. & Veliz, V. (2016) Génesis de una universidad inclusiva en Ecuador. La Universidad Técnica de Manabí. *Revista Iberoamericana de Educación.* vol. 70 (2), pp. 167-194.

Kotliarenco, M. A., Cáceres, I., & Fontecilla, M. (1997). Estado del arte en resiliencia. *Washington: Organización Panamericana de la Salud*.

Lavilla, L. (2013) La resiliencia en tutoría como estrategia para mejorar la salud mental. Revista de Claseshistoria, Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales, Artículo Nº 375. 15 de junio 2013, ISSN 1989-4988.

Leal, H. (2012). Resiliencia y superación personal en la discapacidad motora. *Repositorio de la Biblioteca de la Universidad Yacambu. Vicerrectorado académico. Facultad de Humanidades, Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciada en Psicología*.

Luthar, S., Cicchetti, D., & Becker, B. (2000). The construct of resilience: a critical evaluation and guidelines for future work. *Child development 71 (3)*, 543-562.

Luthar, S. S. (2006). Resilience in development: A synthesis of research across five decades. *In D. Cicchetti y D. J. Cohen (Eds.), Developmental Psychopathology: Risk, disorder and adaptation. New York: Wiley*, 740-795.

Lobato, C,. Guerra. N. (2016).La tutoria en la educación superior en Iberoamérica: Avances y desafíos. Revista Educar, vol.52/2 379-398

Márquez, R. G. (2015). Los estudiantes universitarios con diversidad funcional visual. Sus retos. *Revista Iberoamericana de Educación Superior, Volume 6, Issue 17, September-December 2015*, 135-158.

Pan, J., & Chan, C. (2007). Resilience: A new research area in positive psychology. *Psychologia, 50 (3)*, 164-176.

Reglamento de políticas de acción afirmativas de la Universidad Técnica de Manabí. (2014). Disponible en : file:///C:/Users/home/Downloads/REGLAMENTO_DE_ACCIONES_AFIRMATIVAS.pdf

Reglamento General de Tutorías de la Universidad Técnica de Manabí. (2015). Disponible en: file:///C:/Users/home/Downloads/REGLAMENTO_GENERAL_DE_TUTORIAS.pdf

Rutter, M. (2006). Implications of Resilience Concepts for Scientific Understanding. *Annals New York Academy of Sciences, 1094*, 1-12.

Saavedra, & Villalta. (2008). Medición de las características resilientes, un estudio comparativo en personas entre 15 y 65 años. *LIBERABIT: Lima, Perú, 14:31-40. 2008. Universidad Católica de Maule. Chile, ISSN: 1729-4827*.

Saavedra, E., Salas, G., Cornejo, C., & Morales, P. (2015). Resiliencia y Calidad de Vida. La Psicología Educacional en diálogo con otras disciplinas. *Primera Edición: Agosto 2015ISBN: 978-956-358-893-4. Universidad Católica del Maule, Facultad de Ciencias de la Salud Departamento de Psicología Área de Psicología Educacional*.

Saldarriaga, K., Amor, M. (2019.) Las tutorías y la formación profesional: Caso de estudio Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador. *Revista Científica Ecociencia Vol.6, Número 1. ISSN:1390-9320*

Tarazona, M. A. K., Bowem, M. L. E., & Suarez, C. C. W. (2018). Resilient Support in Cáncer Patients: Post-Earthquake Trauma. *International Journal of Research in Social Sciences, Volume 8, Issue 2 February 2018. ISSN: 2249-2496*.

009. PROGRAMA DE PENSAMIENTO CRÍTICO Y CREATIVO EN LA UNIVERSIDAD ECOTEC: APLICACIÓN DEL MÉTODO DE PROYECTOS.

Mgs. Patricia Jacqueline Muñoz Verdezoto
Doctor en Ciencias de la Educación, especialización psicopedagogía y técnicas de la enseñanza. Magister en Diseño Curricular (Ecuador). Docente de Facultad de Comunicación y Marketing en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil
pmunoz@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En el nivel de educación superior el Programa de Pensamiento Crítico y Creativo desde el año 2018 propone a los estudiantes desarrollar un tipo de pensamiento que permita activar los procesos cognitivos y virtudes tales como integridad, confianza en la razón, humildad, objetividad, justicia, entre otras. El presente artículo reflexiona acerca de la necesidad de la capacidad para crear e innovar y se propone utilizar el método de proyectos para favorecer el desarrollo de habilidades investigativas y creativas. Desde la experiencia en todos los niveles de educación se diseñó el programa de la asignatura desde la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Ecotec. Posterior a la aplicación del programa durante tres semestres consecutivos se ha evidenciado un mejor nivel de habilidades investigativas. En el estudio participaron un total de 250 estudiantes de todas las carreras de la mencionada universidad donde antes de finalizar el semestre, los tribunales de expertos participaron de la revisión y retroalimentación de los proyectos de los estudiantes. La teoría de pensamiento crítico proviene de las Ciencias Psicológicas y de la Neurociencia y en la práctica los estudiantes estuvieron motivados, desarrollaron la capacidad de ajustarse a los cambios y de resolver problemas de la comunidad.

Palabras Clave: Pensamiento Crítico, Pensamiento Creativo, cognición, procesos cognitivos, resolución de problemas.

Critical and Creative Thinking Program at ECOTEC University: application of the project method

ABSTRACT

At the level of higher education, the Critical and Creative Thinking Program since 2018 proposes students to develop a type of thinking that allows activating cognitive processes and virtues such as integrity, confidence in reason, humility, objectivity, and justice, among others. This article reflects on the need for the ability to create and innovate and intends to use the project method to favor the development of research and creative skills. From the experience at all levels of education, the program of the subject was designed from the Faculty of Marketing and Communication of the Ecotec University. After the application of the program for three consecutive semesters, a better level of research skills has been evidenced. The

study involved a total of 250 students from all careers of the aforementioned university where before the end of the semester, the expert courts participated in the review and feedback of the students' projects. Critical thinking theory comes from the Psychological and Neuroscience Sciences and in practice the students were motivated, developed the ability to adjust to changes and solve community problems.

Keyword: Critical Thinking, Creative Thinking, cognition, cognitive processes, problem solving.

INTRODUCCIÓN

Hace siglos la capacidad de ser creativo era considerada un mito, un atributo de los dioses, pero en la actualidad las universidades requieren atender la necesidad social y ética de promover el pensamiento crítico, creativo y la innovación para pensar más allá del ámbito de lo convencional, hacer nuevas asociaciones entre ideas, promover la búsqueda de soluciones a los problemas; pues se trata de formar personas capaces de pensar fuera de lo común de modo que sean originales.

Las universidades son las encargadas de formar profesionales altamente capacitados, éticamente preparados para adecuarse a los diferentes contextos de interacción social, de modo que se conviertan en profesionales proactivos y productivos en beneficio de su nación. De acuerdo al Artículo 93 de la Ley Orgánica de Educación Superior, el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (Cases) considera tres funciones básicas, que son: la docencia, investigación e innovación y vinculación con la sociedad para la acreditación, por lo que se requiere mejorar procesos de enseñanza-aprendizaje pertinentes para el futuro profesional.

El Informe 2010 de Educación Superior en Iberoamérica-CINDA destaca la importancia que tiene la producción científica. Una de las formas de acercar al estudiante a la actividad investigativa es ponerlo en contacto con la realidad para procesar el conocimiento. Por eso, el presente tema de investigación percibe la necesidad que tiene Ecuador para implementar soluciones a numerosos problemas tales como: erradicar la pobreza, mejorar la calidad y la pertinencia en educación, atender la salud, diseñar mecanismos para la seguridad ciudadana, potenciar las empresas, proteger el medio ambiente, disminuir el índice de violencia, incentivar la agricultura, la tecnología, entre otros.

De acuerdo al enfoque de pertinencia, la (Unesco, 2010) toma en cuenta las debilidades en educación y enfoca el desarrollo sostenible (p. 15), por lo que en el rediseño curricular del periodo 2017-2018 se diseñó el syllabus de Pensamiento Crítico/Creativo con la finalidad de que el estudiante desarrolle algunas cualidades del pensador crítico y sea capaz de monitorear su propio estilo de aprendizaje. El Programa contempla el gran reto de enseñar a pensar, lo cual implica la habilidad para proponer nuevas ideas y soluciones, la predisposición para analizar y cuestionar opiniones propias y de otros, la habilidad para trabajar en equipo, estar atento a oportunidades, habilidad para presentar ideas o proyectos.

El aprendizaje de una ciencia requiere aprender a escuchar, a hablar, leer, escribir y crear en el lenguaje propio de tal o cual ciencia. Implica utilizar este lenguaje conceptual, leer comprensivamente y escribir creativamente, razonar y resolver problemas de la vida cotidiana.

El pensar de manera crítica y creativa tiene que ver con las habilidades para comprender y evaluar la información de forma más racional y objetiva, tomar decisiones adecuadas y pertinentes, buscar alternativas para utilizar la información divergente, explorar e innovar. De tal modo que fueron compartidas algunas técnicas del pensamiento creativo desde el trabajo colaborativo, tratando de adaptar el currículo a la realidad del estudiante y considerando los vacíos detectados en el ejercicio de la docencia.

Entre los problemas encontrados en el rediseño de carreras en la Facultad de Marketing y Comunicación durante el 2017-2018 se observó que las matrices de contenidos curriculares estaban poco alineadas a las necesidades y problemáticas del Ecuador y que, a pesar del uso de las tecnologías, los estudiantes de Ecotec no estaban identificados con los problemas de la comunidad en los proyectos de vinculación.

Al revisar las hojas de vida de los docentes se encontró que pocos utilizaban técnicas creativas para mejorar la calidad de pensamiento, pues en el 90% de los casos no se aplicaba el método de proyectos. Cabe indicar que, las nuevas concepciones de calidad están direccionadas a una educación de carácter humanista y a la gestión para diseñar ambientes de aprendizaje.

En las clases de Lenguaje I se pudo evidenciar un alto porcentaje de estudiantes universitarios con dificultades en la comprensión, sistematización, argumentación de ideas, formulación de tesis y argumentos, además, tienen pocas habilidades para buscar información académica relevante y de buena fuente.

La formación universitaria ha desarrollado un bajo nivel de lectura y en los trabajos grupales hay poca comunicación. Una de las recomendaciones para promover la investigación en los estudiantes es: “permitirles investigar lo que les gusta, incentivar la capacidad de consultar por su cuenta, utilizar la lúdica para motivar la investigación y aprovechar la creatividad de los jóvenes”. (Londoño, et al., 2010, p. 295)

Pocos docentes han recibido capacitación para aplicar métodos de investigación en sus asignaturas de acuerdo a la encuesta realizada a un grupo de docentes de Comunicación Científica al concluir el segundo curso intensivo 2019. Actualmente, la formación de competencias investigativas es todo un reto para el educador, pues se asume que con las nuevas tecnologías hay mayor acceso al conocimiento, sin embargo, se requiere desarrollar en los estudiantes la capacidad para integrar, indagar, descubrir e innovar.

Por los motivos anteriores el objetivo del estudio es fortalecer los procesos de desarrollo de pensamiento a partir de las bases teóricas de la creatividad y de la práctica del método de proyectos, lo cual facilita la tarea de crear e innovar

En el presente estudio se plantea la siguiente pregunta problémica: ¿Cómo influye el programa de la asignatura Pensamiento Crítico/Creativo en el desarrollo de competencias investigativas en los estudiantes universitarios?

DESARROLLO

Contenidos del Programa de la Asignatura

Anteriormente, a través de la asignatura de Metodología de la Investigación en el diseño de proyectos se observaron buenos resultados en los estudiantes de la Universidad ECOTEC; cabe señalar que, para iniciar el año 2018 se diseñó el syllabus junto con las rúbricas para evaluar la participación de los estudiantes en proyectos de investigación.

En palabras de (Blanco y otros, 1994, c.3):

> El investigador debe realizar una exhaustiva búsqueda bibliográfica para delimitar la existencia de un problema irresuelto, evaluar toda la bibliografía sobre el tema y definir los fundamentos teóricos y metodológicos que servirán de base para el estudio y la solución del problema; además, representar un beneficio concreto y medible en el desarrollo de la ciencia, tanto en el plano teórico como en el práctico. (p. 6)

El rediseño del programa tomó en consideración una experiencia anterior en el ejercicio de la docencia en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil donde se aplicó un proyecto integrador en la asignatura de Psicolingüística de la Facultad de Educación, mediante el trabajo grupal (no experimental) para realizar un proyecto formativo e interdisciplinario. En la primera ocasión se observó que el desarrollo de habilidades investigativas estuvo limitado al grupo de estudiantes destacados.

Por otra parte, se analizaron las dificultades que tuvieron los estudiantes de otra universidad en el trabajo de los proyectos formativos, en esa ocasión la aplicación del programa estuvo a cargo del docente al igual que la selección del tema para evitar demoras en cuanto a establecer la relación entre el tema y el problema. En el periodo 2016-2017 fueron los cuatro docentes de cuarto año de Psicopedagogía que desarrollaron el anteproyecto con un tema afín al perfil de la Carrera cuyo propósito fue resolver problemas en una institución educativa. Al terminar el semestre, los estudiantes llegaron a profundizar en aspectos de su especialidad y a practicar métodos de investigación para intervenir en alguna situación problémica. Cabe indicar que los estudiantes lograron destacarse en esta actividad por cuanto habían cursado la mayor parte de las materias de su malla curricular.

Los estudiantes de la Universidad Ecotec matriculados en el primer intensivo de 2019, la mayoría pertenecía a la Carrera de Derecho, en tres meses lograron conectar un tema en estudio con las necesidades de la población; sin embargo, una limitación fue el poco tiempo para procesar la información ya que la mayoría estaba cursando 2 o 3 asignaturas en un día y resultaba muy cansado para ellos tener que realizar las actividades autónomas.

Los resultados del año 2018 sirvieron de base para rediseñar el plan de la asignatura. El método de proyectos mereció especial atención para lo cual, de las tres horas que recibieron los estudiantes en una semana, una hora se dedicó a trabajar en el proyecto grupal con el objetivo de desarrollar mejores niveles de cognición y a la vez mejorar la calidad de los aprendizajes en las diferentes asignaturas.

De esta experiencia se deduce que el método es inseparable de la teoría y que cada investigación tiene su propio método. Uno de los factores que influyen en la participación de los estudiantes en procesos de investigación es la motivación. El interés por las investigaciones científicas se comportó de la siguiente manera: un 41,5% se manifestó motivado y el otro 58,5% se manifestó poco motivado.

La nota del proyecto fue el 30% de la asignación total, equivalente a todas las actividades realizadas durante el semestre ya que el proceso investigativo se refleja en los resultados. El examen final fue valorado en 30 puntos, esta nota del proceso académico centró su atención en el producto, es decir, en el nuevo conocimiento. El examen del primer parcial fue sobre 20 puntos, al igual que el del segundo parcial. Es importante mencionar que solo el 1% de los grupos tuvo el puntaje mínimo de aprobación que es 70 puntos por cuanto faltaron a clases.

Durante el primer parcial se estudió la teoría de Richard Paul y Linda Elder en la mini guía de Pensamiento Crítico con el propósito de identificar los elementos del pensamiento, los estándares, las virtudes y tipos de pensamiento. Las debilidades del pensamiento egocéntrico fueron abordadas mediante la técnica del psicodrama grupal lo cual favoreció el análisis y la comprensión.

Otro tema del primer parcial fue la inteligencia y los tipos de inteligencia para llegar a identificar los diferentes estilos de aprendizaje, en cuanto a la teoría de Inteligencias Múltiples se explicó la base teórica de Howard Gardner, adicional a la teoría de inteligencia emocional de Daniel Goleman. En ambos casos se utilizaron videos de Eduardo Punset y el espacio virtual denominado REDES.

¿Qué es pensar?

Pensar es observar, compartir, distinguir características de objetos, clasificar, abstraer, razonar, inferir, argumentar deducir inductivamente; también es inventar, crear y valorar la inteligencia. En este ejercicio se utilizó la plantilla para analizar la lógica de un artículo de su interés a partir del estudio de los elementos del pensamiento en la mini guía de pensamiento crítico de Richard Paul y Linda Elder (2013).

Luego de revisar la estructura cerebral y las áreas relacionadas al acto de pensar, se estudiaron los tipos de pensamiento y los tipos de razonamiento: inductivo, deductivo, analógico, argumentativo, lógico, hipotético, se diseñaron criterios para evaluar el razonamiento, adicionalmente se ejercitaron de manera lúdica algunos de ellos.

El tema de las características o virtudes intelectuales sirvió para reconocer el perfil de personalidad, la influencia de la cultura en la manera de pensar y las formas que pueden utilizarse para modificar un tipo de pensamiento egocéntrico a partir de la motivación y la decisión.

De acuerdo a Valenzuela y Nieto (2008) el pensamiento crítico se asocia con actividades intelectuales: interpretación, análisis, evaluación, inferencia, explicación y autorregulación. Algunas estrategias tales como: la metacognición, la autoconciencia, la autorregulación y la capacidad de saber tomar decisiones pueden contribuir a desarrollar la cognición. La palabra proviene etimológicamente del latín cognitio y se interpreta como conocimiento alcanzado mediante el ejercicio de las facultades mentales, lo cual implica tener la capacidad mental o las facultades para procesar la información.

El pensamiento crítico es:

> La habilidad de los sujetos para hacerse cargo de su propio pensamiento. Esto requiere que desarrollen criterios y estándares apropiados para analizar y evaluar su propio pensamiento y utilizar rutinariamente esos criterios y estándares para mejorar su calidad (Paul y Elder, 1994).

En otras palabras, es el arte de pensar bien y aplicar estándares intelectuales apropiados para cada situación. El programa está directamente relacionado con las funciones primordiales (investigación, extensión y docencia) en un contexto de autonomía institucional y libertad

académica; estos aspectos son interdisciplinarios, propician la ciudadanía activa, el desarrollo sostenible, la paz, el bienestar, los derechos humanos y la igualdad entre los sexos. Según la (Unesco, 2010, p. 25): “El desarrollo de habilidades de pensamiento crítico, pensamiento sistémico y pensamiento intergeneracional y prospectiva contribuye al objetivo de reducción de la pobreza”.

En la teoría de Linda Elder y Richard Paul (2003) se analizaron las ventajas y virtudes del pensador crítico, para lo cual se propuso trabajar en talleres con el fin de mejorar el nivel de interpretación y deducción. El ejercicio de analogías fue una actividad grupal que inició con una dinámica para motivar antes de explicar las técnicas. En el primer parcial se logró promover el razonamiento verbal, mediante ejercicios que relacionaban palabras y desarrollaban el lenguaje. Esta actividad favoreció un tipo de pensamiento divergente.
En el temario de la asignatura del primer parcial concluye con el perfil del pensador crítico.

De acuerdo con Goleman (1996) la inteligencia emocional destaca la importancia de identificar las propias emociones, según el principio de Sócrates "conócete a ti mismo", propone desarrollar habilidad para gestionarlas. Una emoción impulsa una acción. El autor (Goleman,1996, p.18), explica que ser simplemente inteligente, o tener un elevado C.I no es suficiente ya que los grandes líderes de empresas deben ser capaces de motivarse a ellos mismos, de controlar los impulsos, de mantener bajo control sus estados de ánimo en donde la angustia o el estrés no interfiera en su manera de actuar. La empatía es la estrategia para trabajar en equipo.

Al finalizar el primer parcial, los estudiantes llegaron a identificar que la inteligencia es una capacidad. La inteligencia, la creatividad, el pensamiento crítico y reflexivo se derivan del paradigma cognitivo en las teorías de la educación. En cuanto al proyecto, la evaluación de la introducción fue obligatoria considerando los parámetros establecidos en un trabajo de investigación científica.

El tema de creatividad inició en el segundo parcial. Uno de los ejemplos históricos es el de Leonardo Da Vinci; el pintor sabía que, en su aventura por el conocimiento y la experimentación, los errores eran necesarios, y que, para llegar a crear grandes cosas, tenía que equivocarse no una, sino muchas veces. Sabía que utilizaría los aprendizajes de sus errores para construir sus éxitos

La creatividad ha existido desde siempre, es una habilidad del ser humano y, por lo tanto, vinculada a su propia naturaleza. Sin embargo, por mucho tiempo, la creatividad como concepto fue un tema no abordado y por lo mismo poco estudiado, sin embargo, el individuo es por naturaleza muy curioso y tiene la necesidad de observar algo, esto mismo fomenta la creatividad, que ayuda con la solución de problemas del diario vivir. Algunos autores afirman que la creatividad nace de la necesidad de dar soluciones a experiencias vividas para luego generar ideas.

En la segunda fase, se realizó la investigación bibliográfica y talleres grupales para ejercitar técnicas de pensamiento creativo de acuerdo a los autores tales como Guilford, Koestler, Wallas, Marielo García, Edward De Bono, Robert Sternberg y Gardner; estas actividades se ejercitaron para recolectar información, analizar y profundizar en los temas del programa llegando a profundizar y promover la participación conjunta de estudiantes. En la teoría de

Guilford se explicaron formas de resolver problemas mediante la combinación de ideas, además se aplicaron las técnicas: lluvia de ideas, espina de pescado, FODA, etc.

La creatividad y el proceso creativo son procesos complejos que han recibido gran atención durante todas las épocas y desde diversos campos del conocimiento. El estudio del pensamiento creativo tiene bases neurológicas y psicológicas, surge de la intuición o de la combinación de pensamientos, sonidos, formas y colores, de acuerdo a la percepción de cada ser humano. Hay factores que pueden afectar la creatividad, tales como: excesivo control, prácticas autoritarias, falta de motivación, falta de atención, bloqueos mentales, estrés.

La técnica de relaciones forzadas de Edward De Bono tuvo el propósito de relacionar un problema o tema principal con características surgidas de conceptos o elementos elegidos aleatoriamente, buscando nuevas ideas que permitan desarrollar soluciones originales, por lo que se realizaron ejercicios para crear palabras uniendo dos ideas: Ej. Calculibreta: Calculadora + Libreta. Otra técnica “Piedra en el camino” invitó a exagerar, distorsionar, modificar la situación o problema; a partir del método de inversión se buscó el contrario de la situación; otro método es el de respuestas idóneas, que también ofreció respuestas a los problemas.

Según la opinión del mencionado autor, la creatividad es necesaria para revelar el potencial de una empresa y de sus miembros; a través de la prospección busca más allá de las pautas conocidas o los caminos establecidos, posibilita lograr cambios que no se limiten a ir al son de los competidores, sino que ofrece nuevas ideas. Ser original es desarrollar la capacidad del individuo para generar ideas y productos cuya característica es única, de gran interés y aportación comunitaria o social, la novedad, manifestación inédita, singularidad e imaginación.

El pensamiento crítico desde la neurociencia.

Pensamiento crítico es el proceso intelectualmente disciplinado que habilita al estudiante para conceptualizar, aplicar, analizar, sintetizar y evaluar la información que ha ingresado al cerebro sea por medio de la observación, la experiencia, la reflexión, el razonamiento o la comunicación.

Según los autores de la plasticidad neuronal, el ser humano posee capacidad para ajustarse a los cambios y para lograr el aprendizaje. Las redes neuronales se desarrollan con el “aprender haciendo” lo que implica que el estudiante practique, compare, critique, reflexione, debata, construya desde la participación personal, analice la causa y el efecto, simule, etc. “No hay duda de que la creatividad es el recurso humano más importante de todos. Sin creatividad no habría progreso y estaríamos constantemente repitiendo los mismos patrones.” (De Bono, 1991).

Estudios de la Psicología Educativa han demostrado que el pensamiento del maestro desempeña un papel importante en lo que se enseña y en la forma cómo lo enseña (Iriarte, 2008). Pensar críticamente conlleva un conjunto de procesos cognitivos superiores y complejos (estrategias cognitivas y meta cognitivas), por lo que, el programa cumple con los

principios de originalidad, iniciativa, fluidez, divergencia, flexibilidad, sensibilidad, elaboración, desarrollo, autoestima, y motivación.

El programa incluye ejercicios para dar validez racional a las creencias y sentido a las emociones, ayuda a fortalecer la metacognición y la autoevaluación, a generar una actitud de análisis desde varias perspectivas, lo cual permite analizar situaciones de manera crítica y constructiva a partir de argumentos propios, tomar decisiones, solucionar problemas, propiciar el diálogo y la comunicación. Según Bisquerra (2012) hay pocos programas de calidad que desarrollan competencias emocionales (p. 30).

El funcionamiento del sistema límbico está direccionado a la capacidad de sentir y desear, a expresar calidez, compasión, ternura, empatía, amor, gozo, depresión, odio. Esta área comprende el hipocampo que cumple una función importante en el aprendizaje y la memoria, la amígdala se encarga de regular el campo emocional y el hipotálamo que interviene en la ingesta de alimentos y agua, la temperatura corporal, el ciclo del sueño, la vigilia, a la vez, mantiene el equilibrio interno del cuerpo y del sistema endócrino.

Desde la neurociencia se reconoce que el cerebro humano puede generar una cantidad infinita de nuevas conexiones por el principio de la flexibilidad, es decir que la personas pueden autogobernarse y auto dirigirse. El espacio virtual denominado REDES permite visualizar el paso del impulso eléctrico de una neurona a otra se denomina sinapsis y se estima que cada neurona puede estar conectada con hasta 100.000 neuronas diferentes.

Los estudios de Piaget (2007) y los postulados de la Psicología Cognitiva revelan cuatro etapas evolutivas del pensamiento en relación con la edad cronológica del niño, el autor explica que el niño en sus primeros años de vida desarrolla su inteligencia y capacidades mentales, tales como la memoria, el razonamiento, la resolución de problemas o el pensamiento; el mencionado autor indica que desde los 12 años se configura un tipo de pensamiento lógico, abstracto, inductivo y deductivo en la etapa de operaciones formales.

Algunos cognitivistas sostienen que el pensamiento promueve el conocimiento y que se puede aprender desde lo que se puede ver, oír leer y sentir. Últimas investigaciones de los expertos han venido profundizando la tarea de mejorar y potenciar la capacidad de aprender en base a los nuevos paradigmas dentro de la dinámica del conocimiento. Para el presente estudio, el perfil de personalidad del pensador crítico requiere un tipo de metodología constructivista del docente, para que el estudiante aprenda “haciendo” a partir de vivencias concretas y de contenidos significativos.

La teoría de inteligencias múltiples de Howard Gardner y la teoría de neurociencia se conectan con las bases biológicas de la Psicología y contribuyen a descubrir el funcionamiento de los hemisferios cerebrales. Estas teorías destacan el enfoque de la cognición humana, a partir de la educación se puede atender a la multiplicidad de inteligencias y maneras de aprender. En otras palabras, la neurociencia contribuye a comprender cómo los seres humanos aprenden y cómo entonces se debe enseñar.

La teoría de las inteligencias múltiples se refiere a: la inteligencia verbal, la inteligencia física, la inteligencia matemática, la inteligencia espacial, la inteligencia musical, la inteligencia interpersonal, la inteligencia naturalista. La formación de competencias básicas se ejercita

desde la interpretación, el análisis, la autoevaluación, la explicación, auto-regulación, entre otros que favorezcan la curiosidad y la agudeza mental. Por esta razón, la infancia es el pilar para el desarrollo de la inteligencia ya que el niño aprende haciendo y explorando activamente.

En el segundo parcial, a partir de la teoría de las inteligencias múltiples de Howard Gardner, se llegó a definir la inteligencia, los tipos de inteligencia y a descubrir la influencia de las emociones. En este periodo, los estudiantes generaron argumentos en relación al tema de estudio y propusieron la solución a los problemas considerando todos los aspectos.

La inteligencia es una capacidad que permite captar y analizar correctamente la información proveniente del medio, establecer estrategias y maneras de gestionar recursos para resolver problemas. Según la teoría de inteligencia emocional de Daniel Goleman se puede activar un tipo de aprendizaje sostenible. La motivación puede resultar de la estimulación del aprendizaje y la comprensión, por lo que el docente se encargó de diseñar ejercicios que permitan la aplicación y transferencia de los aprendizajes.

Además, se revisó la teoría triárquica de la inteligencia de Robert Sternberg con el fin de identificar los componentes psicológicos de la creatividad y estimular la inteligencia creativa. Sternberg señala que la creatividad es la capacidad de imaginar algo que no existente. Identifica aspectos como la imaginación, la curiosidad, la espontaneidad, la flexibilidad y la capacidad de percepción. Robert Stemberg define la inteligencia como una actividad mental dirigida hacia la adaptación intencional, selección o transformación de entornos del mundo real relevantes en la propia vida.

La creatividad es un don que no es medible, las características principales del pensamiento creativo son las técnicas atractivas e ingeniosas desarrollado por sí mismo a través de la fluidez, la flexibilidad, la originalidad, la elaboración. Stemberg considera algunos factores: la inteligencia, los conocimientos, los estilos de pensamiento, la personalidad, la motivación y el contexto medio ambiental. Según Wallas, G., (1926) hay cuatro etapas del proceso creativo: preparación, incubación, iluminación y verificación. En esta parte, la docente explicó el proceso de la metodología de la investigación científica, a la vez, propuso aplicar procesos de la teoría de Wallas.

Los docentes capacitados en neuromarketing pueden aplicar estrategias de neuroimaging para visualizar qué zonas del cerebro están involucradas en suministrar imágenes en tres dimensiones. De tal forma que, las instituciones educativas pueden ser un espacio cada vez más democrático e identificar nuevas formas de transmitir el conocimiento.
En el espacio virtual del español Eduardo Punset denominado Redes se identifican diversas formas de procesar la información y de gestionar las emociones. A partir de un conjunto de procesos mentales conscientes y no conscientes el cerebro se encarga de propiciar la interacción y la comunicación entre grupos de neuronas, y esto es lo que se traduce en pensamientos y sentimientos.

El premio Nobel de economía, en su obra, Pensar rápido pensar despacio, Daniel Kahneman, menciona dos sistemas que impulsan el comportamiento: el sistema impulsivo e intuitivo que opera de modo espontáneo y es parte de la herencia o del temperamento que tiene una persona. El sistema pensante o calculador, se encarga de la toma de decisiones de manera consciente y permite el autocontrol.

A mayor conexión neuronal, más significativo es el aprendizaje, el aprendizaje resulta de una nueva relación neuronal que para que se mantenga socialmente activa el individuo requiere tener una vida sana, considerando que las redes neuronales se modifican cuando se produce un nuevo aprendizaje.

Cualidades del pensador crítico.

Estudios han demostrado que existen bloqueos para desarrollar la creatividad: el miedo, cansancio, problemas emocionales, perturbaciones mentales, entre otros. Entre las virtudes que destacan los autores Paul y Elder (2013), son: tener mente abierta y tener confianza en la razón que equivale a confiar en que siempre se va a llegar a las mejores conclusiones o soluciones; si se confía en la razón se puede llegar a pensar críticamente. La Imparcialidad equivale a ser objetivo, a tomar en cuenta todos los puntos de vista sin importar inclinaciones personales o de grupo. La entereza intelectual se manifiesta al afrontar con decisión las situaciones difíciles y exponer con altura los planteamientos, así como mantenerse firme ante las críticas de los demás, conlleva el hecho de ser honestos al plantear las ideas, sin dejarse amedrentar.

La Integridad es una virtud que se refiere a la honestidad y tener libertad en la manera de pensar, también se refiere a decir siempre la verdad. Otra cualidad es tener una valoración justa o considerar las opiniones y sucesos en forma objetiva, sin dejarse influenciar por los sentimientos o las emociones. La prudencia al emitir juicios de valor y el cuestionamiento permanente es propio de la persona que argumenta y busca el porqué de las cosas e indaga para dar respuesta a sus interrogantes.

El control emocional se refiere a la capacidad para mantenerse en calma ante las ideas o pensamientos contrarios; es no responder negativamente sin tratar de no ofender a los demás. A través de la empatía se puede ubicar en el lugar de otros para comprender sus puntos de vista y razonamientos. Esta situación implica desarrollar la autonomía.

La didáctica del Pensamiento Crítico/Creativo.

La Didáctica es el brazo instrumental de la Pedagogía, puesto que se encarga de la organización y práctica sistemática de conceptos y principios referidos a toda la educación. Desde el punto de vista de la dialéctica, la didáctica procesa la contradicción entre enseñar y aprender, tiene un carácter sistémico, procesual y bilateral cuando diseña procesos para facilitar el proceso del que enseña y el que aprende.
La didáctica organiza estrategias de acción en el proceso educativo. Esta ciencia propone lograr la unidad y correspondencia entre la teoría y la práctica de la enseñanza-aprendizaje, materializa las relaciones interdisciplinarias desde la teoría y la metodología de investigación científica, mientras que el docente es quien planifica, ejecuta, controla y evalúa.

En el libro de Didáctica del Pensamiento Crítico para el magisterio ecuatoriano, se encuentran los estándares universales del pensamiento que los docentes pueden desarrollar en el aula desde los primeros años de Educación Básica; la práctica puede contribuir a que los estudiantes lleguen a producir un juicio reflexivo, a razonar sobre creencias y emociones, comprender preguntas y responder con claridad y exactitud (Creamer, 2011, p. 13).

El programa contiene ejercicios para dar validez racional a las creencias y sentido a las emociones, ayuda a fortalecer la metacognición y la autoevaluación, a generar una actitud de análisis desde varias perspectivas, lo cual permite analizar situaciones de manera crítica y constructiva a partir de argumentos propios, tomar decisiones, solucionar problemas, propiciar el diálogo y la comunicación.

El acto de pensar críticamente conlleva un conjunto de procesos cognitivos superiores y complejos (estrategias cognitivas y meta cognitivas). Santiuste (2001) caracterizó al acto de pensar críticamente como una forma de responder razonadamente ante una situación relevante, poniendo en juego los recursos mentales apropiados.

Creamer (2009) desarrolló los estándares intelectuales de un pensador crítico que deben ser desarrollados desde los primeros años de Educación Básica para que los estudiantes puedan entender preguntas y responder con claridad y exactitud. La primera unidad en el programa inicia con el estudio del Pensamiento. La mencionada autora también elaboró el libro de Didáctica de Pensamiento Crítico a partir de una capacitación impulsada por las universidades dirigida a los docentes con una duración de 120 horas.

Las operaciones intelectuales son procesos cognitivos que se pueden desarrollar a partir de algunas actividades: proyectar, nominar, supraordinar, isoordinar, inducir, argumentar. Por esa razón, algunas preguntas del examen Ser Bachiller, único para postular al ingreso de una universidad pública en Ecuador, incluye ejercicios para interpretar, comprender, organizar, seleccionar y clasificar distinguiendo lo relevante de lo irrelevante.
La inferencia es una cualidad que permite identificar y asegurar los elementos necesarios para llegar a conclusiones razonables. Otras destrezas intelectuales son: Humildad, que significa estar consciente de lo que se conoce y no pretender saber más. También, es reconocer argumentos válidos cuando estos lo sean sin importar si van en contra de nuestra creencia.

El análisis es un proceso mediante el cual se descomponen ideas en todas sus partes esenciales para tratar de descubrir nuevas relaciones y conexiones. Implica a su vez comparar la información, contrastarla, clarificarla, cuestionar creencias, formular hipótesis y conclusiones.

Es fundamental que el estudiante adopte una actitud crítica respecto a lo que se lee o escucha, aprenda a superar los bloqueos mentales para descubrir problemas, contradicciones, limitaciones y argumentos que apoyen o refuten determinadas ideas o planteamientos y decidan racionalmente qué hacer o creer. En el caso del educador, su función es identificar formas para acompañar al estudiante a transformar la realidad que percibe a través del método de proyectos.

El trabajo colaborativo de proyectos inició con un tema de interés general, desde la motivación del grupo, tratando de integrar los métodos y enfocando desde diferentes puntos de vista por medio de la capacidad de auto organizar, lo cual implica tener una actitud favorable. En la Unidad III se ejercitó el desarrollo de operaciones mentales, también se analiza la necesidad de desarrollar la intuición creativa y mediante el trabajo cooperativo se ejercitan procesos para la exploración, evaluación y definición de problemas. En especial, al desarrollar el método de proyectos, se exponen las dificultades encontradas mediante la técnica AQP.

El proyecto tuvo tres fases: La fase de comprensión, permitió analizar la información; la fase relacional, contribuyó a examinar los puntos de contacto entre la información nueva y los conocimientos previos del lector y la fase de valoración formó una actitud donde el estudiante asumió una posición personal frente al tema y la fase de reflexión sirvió para expresar lo que se siente en relación con el tema.
Esta experiencia fue probada anteriormente en la asignatura de Metodología de la Investigación en el primer semestre, donde se aplicó el mismo método en cinco paralelos con estudiantes de diferentes carreras en la Universidad ECOTEC en el campus Samborondón. Cada grupo de trabajo tuvo un líder que orientó la planificación de los encuentros cooperativos para avanzar en el recorrido, es importante mencionar que la gestión del líder no significa poder absoluto, sino una habilidad para influir de manera proactiva en sus compañeros, proponer ideas y formular propuestas.

El método de proyectos

En la experiencia de los periodos 2018 y 2019 los estudiantes participaron en proyectos con diferentes métodos de investigación. A la vez, trabajaron en equipo desde el tema que escogieron para investigar tratando de modelar la actividad que investigativa del periodo de titulación sin las exigencias de la presión. El desarrollo de habilidades investigativas y algunas técnicas de creatividad fue el resultado del trabajo teórico-práctico donde los estudiantes aplicaron las técnicas de algunos expertos para indagar e innovar.

En esta metodología se considera importante que el docente sea capacitado para aplicar el método de proyectos en las diferentes asignaturas, lo cual puede mejorar el perfil del pensador crítico, creativo e investigativo. En el primer semestre de 2019 se realizó una variación en cuanto a que el método de proyectos sea un compromiso adquirido y una decisión de cada estudiante al iniciar el primer parcial.

En cuatro diferentes grupos del periodo 2018-2019 se aplicó el método de proyectos en la asignatura de Pensamiento Crítico y Creativo y se pudo detectar que el 50 % era un grupo de estudiantes nuevos, el 60% de estudiantes no habían estudiado previamente la asignatura de Lenguaje y el 65% de cada curso tampoco estudiaron Metodología de la Investigación Científica. Esta situación afectó el ritmo de trabajo en los proyectos porque se debía complementar el desarrollo de competencias lingüísticas e investigativas además de manejar los temas específicos de la asignatura.

En la etapa del diseño del proyecto, el estudiante va configurando un tipo de personalidad consciente de las necesidades de la población, motivándose a participar en planes que permitan mejorar la calidad de vida. “Ampliar la conciencia de los problemas locales, regionales y globales relacionados con el medio ambiente y el desarrollo y de la relación existente entre ellos”. (Unesco, 2010, p. 22)

La investigación se da a partir del maestro y su relación con el estudiante. Es importante mencionar que la cultura de la investigación está ligada al descubrimiento, la experimentación, la averiguación o aclaración de hechos, estructurar el conocimiento en todos los campos del saber, detectar problemas y formular hipótesis que conlleven a conclusiones y soluciones viables.

Es importante mencionar que la elaboración del texto escrito es una de las grandes dificultades para la mayoría de estudiantes en la elaboración del marco teórico del proyecto, por lo que un programa de entrenamiento puede favorecer la capacidad para pensar de manera ordenada, informada, imparcial, libre de prejuicios y de egocentrismos.

De acuerdo a (Londoño, et al., 2010, p. 125):

> Las actividades que giran en torno a la lectura tienen varias finalidades; una de ellas es complementar temas de otras asignaturas, estimular la creatividad y la expresión corporal, fomentar valores, además de llevar a los estudiantes a la reflexión sobre su propia realidad.

El innovar está relacionado con el perfil actitudinal de la persona, por eso se ejercita el análisis de conceptos, se diseñan procesos y productos innovadores tomando en cuenta que el fin es fomentar la acción colectiva, promover la participación social y ciudadana mediante el respeto y la autonomía personal. La fórmula E + A + I = MLP (experiencia más acción e innovación da como resultado que la información pasa a la memoria a largo plazo), ya que según las teorías de neurociencia hay formas de asociar y activar la memoria, una de ellas es la relajación y la meditación para evitar bloqueos mentales.

El método de proyectos cumplió el objetivo de fomentar la participación, la creatividad, la interacción y los aprendizajes responsables. Los estudiantes de los grupos mencionados ingresaron los proyectos a la plataforma institucional, con lo cual contribuyeron a generar nuevas propuestas a partir de la interdisciplinaridad entre asignaturas. Los docentes que fueron invitados a evaluar y retroalimentar los proyectos observaron el desarrollo de un proceso dialéctico de interacción social.

En definitiva, el desarrollo de la creatividad no está limitado al arte, se puede apreciar que en el método de proyectos tuvo dos enfoques, el cualitativo con el apoyo de métodos descriptivos, exploratorios e inductivos, así como las técnicas de observación e inferencias. Los que utilizaron el enfoque cuantitativo a la vez son analíticos y deductivos, utilizaron técnicas aplicadas para estimular el pensamiento creativo.

METODOLOGÍA

El alcance de la presente investigación es descriptivo y explicativo ya que se caracterizan las variables que están relacionadas al programa de la asignatura, también es explicativo porque se explican las formas y procedimientos aplicados en el método de proyectos para favorecer el desarrollo de habilidades cognitivas.

La hipótesis que se formula: Los estudiantes universitarios tienen poco desarrollo de habilidades cognitivas y poca experiencia en el método de proyectos para el desarrollo del pensamiento. A partir de la hipótesis descriptiva se dan a conocer los detalles en el programa de la asignatura de Pensamiento Crítico/Creativo, contenidos que han sido desarrollados en dos parciales consecutivos, cuyos resultados han sido medidos en las evaluaciones correspondientes.

Además, por medio de la investigación descriptiva, se explica la aplicación del método de proyectos para describir las situaciones particulares que se iban presentando en los grupos. Según Hernández (2014): “El alcance descriptivo pretende recoger información de manera

independiente o conjunta…para identificar los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis". (p. 92)

La investigación descriptiva propuso relacionar los conocimientos teóricos de la capacitación en Didáctica de Pensamiento Crítico y aplicar la metodología de proyectos que había sido experimentada con anterioridad en otros grupos. Además, desde la investigación documental se logró demostrar las ventajas del programa de la asignatura de Pensamiento Crítico/Creativo;

A través de la Investigación de campo se propuso resolver las debilidades para investigar en el grupo de estudiantes de Pensamiento Creativo, para lo cual se observó la actitud de los estudiantes que formaron grupos para aplicar procesos creativos, la mayoría se involucraron activamente en problemas relacionados con la comunidad. Además, para identificar la percepción de los estudiantes sobre el método de proyectos, se aplicó una encuesta considerando una población de 2500 estudiantes en el campus Samborondón de Ecotec y una muestra representativa del 10% equivalente a 250 personas.

En la pregunta 1: ¿Usted cree que los docentes de la Universidad Ecotec le han enseñado a investigar? La respuesta de los estudiantes fue negativa en el 74%. Cabe indicar que la mayoría de estudiantes son de reciente ingreso a la universidad.
Es importante indicar el método de proyectos en el semestre intensivo 1 se adaptó a las características de ese periodo ya que los estudiantes tuvieron una mayor concentración de horas en un solo día y la mayoría estudiaba dos o tres asignaturas por lo que no les quedaba mucho tiempo para realizar actividades autónomas, esta situación puede limitar la investigación grupal.

En la pregunta 2: ¿Considera que la investigación científica tiene un impacto positivo en el rendimiento académico? En este caso, la respuesta del 75% fue positiva, aunque no hayan participado específicamente del método de proyectos; sin embargo, los estudiantes han escuchado de la importancia de la investigación.
Por otra parte, esta pregunta fue aplicada también a los docentes y el 100% respondieron que la investigación es un proceso fundamental para el desarrollo académico.

La pregunta 3: ¿El método de proyectos aplicado en la asignatura de Pensamiento Crítico/Creativo ha permitido el desarrollo de procesos de investigación?
El 85% de los estudiantes respondió de manera afirmativa. Se considera importante mencionar que los que no llegaron a concluir el proyecto fue por razones de retiro de la asignatura, poca habilidad para trabajar de manera cooperativa y numerosas ausencias a la clase.

La pregunta 4: ¿Cuáles son los pasos para desarrollar un proyecto de investigación en el aula?, a lo que el 70% de los estudiantes pudo acertar y el 30% no respondió por las mismas razones anteriores.

La última y 5ta. Pregunta consultó: ¿Está de acuerdo en que las otras asignaturas también apliquen el método de proyectos? En este caso, el 60% de estudiantes contestó positivamente y las razones que influyen en la respuesta es el esfuerzo que implica trabajar de manera

grupal y cooperativa, además, indican tener poco tiempo para trabajar en la metodología de proyectos interdisciplinarios.

En todos los cursos se realizó el monitoreo permanente sobre los procesos y actividades de investigación a partir de un modelo de proyecto que podían adaptar. Se planificó una jornada final de socialización donde los profesores que participaron fueron expertos en el tema de los proyectos de los estudiantes y asistieron a la convocatoria de acuerdo a un horario estructurado.

La mayoría de los invitados eran docentes de la Universidad Ecotec, otro grupo eran estudiantes con experiencia en metodología de la investigación y en pocos casos, eran docentes de otras universidades, ellos recibieron consignas con antelación para que, al ser parte del equipo, contribuyan con la retroalimentación, evalúen utilizando una rúbrica y estimulen a los estudiantes para mejorar las propuestas.

La exposición del proyecto se efectuó en noviembre de 2018, se utilizaron procedimientos cualitativos o cuantitativos y los estudiantes lograron exponer sus ideas e intervenir en un contexto específico. Los proyectos interdisciplinarios fueron socializados ante un grupo de expertos con la finalidad de validar y retroalimentar la información, los contenidos estuvieron articulados con la finalidad de resolver problemas.

En el curso de Comunicación Científica del segundo intensivo 2019 al inicio se solicitó a los estudiantes que reconozcan el estado del proceso de formación científica y solo el 26,11% refirió que su instrucción en metodología de la investigación es suficiente, mientras que el 32,3% evaluaron sus conocimientos entre bueno y muy bueno.
Este proceso fue el inicio para identificar la situación real en el grupo de 32 estudiantes. El fin de investigar debe conectarse con el sentido para mejorar la calidad de vida de un grupo humano, a partir de procesos de concientización. Es importante diseñar programas de formación y perfeccionamiento docente porque se ha podido comprobar que, si se capacita en métodos para desarrollar la cognición, se puede fomentar una actitud reflexiva y crítica para que los estudiantes construyan su propio aprendizaje.

“El conocimiento científico es una de las formas que tiene el hombre para otorgarle un significado con sentido a la realidad”. (Tamayo y Tamayo, 2003, p. 9); lo que significa que, la investigación es un proceso que aplica el método científico, para lo cual, el que estudia observa, descubre, predica, predice, obtiene información relevante y fidedigna, comprende, verifica, corrige y aplica sistemáticamente los conocimientos.

Resultados

En el periodo 2018 el 100% de estudiantes del primer semestre del 2018 participaron activamente en la metodología de proyectos y las evidencias fueron ingresadas a la plataforma virtual de la universidad denominada “atrium”. Los trabajos fueron valorados sobre 30 puntos en la nota de actividades y socializados al concluir el semestre ante un tribunal de expertos con el fin de comparar los resultados de aprendizaje y retroalimentar los procesos.

La metodología de proyectos promovió el aprendizaje y comprensión, evidentemente es posible desarrollar las operaciones mentales mediante la estimulación y ejercitación de

procesos intelectuales. Los proyectos cumplieron con el principio interdisciplinar y a través de su ejecución se desarrollaron procesos de investigación formativa y científica y de acción social.

Al aplicar esta metodología se propuso formar una mente libre y dispuesta a enfrentar cambios. Por eso, el docente debe aplicar un conjunto de estrategias que propicien el desarrollo de las competencias autónomas y la autorregulación. Asimismo, es importante revisar los planes de estudios para fortalecer las habilidades en relación al trabajo independiente.

La etapa diagnóstica inició con el acopio de datos a fin de establecer asociaciones con otros aprendizajes para complementar la idea del proyecto. A través de la observación y la investigación de campo, los proyectos aspiran a contribuir a resolver problemas del contexto. Es importante mencionar que, según las teorías constructivistas, el aprendizaje es activo cuando los estudiantes recuerdan lo que ya saben, formulan preguntas y confirman sus nuevos conocimientos.

En la etapa reflexiva se propuso argumentar los fundamentos y asumir compromisos dentro del grupo colaborativo para tomar decisiones efectivas. El diseño del programa de la asignatura consideró la base teórica de Psicología y Neurociencia. A partir de la revisión documental de las teorías de Pensamiento Crítico y Creativo se identificó que la investigación y la creatividad se complementan y que los proyectos generados por los grupos pueden contribuir con la innovación.

En la rúbrica del primer parcial, el primer criterio que fue valorado fue el análisis de conceptos, preguntas, ideas, en relación a la temática de la clase. Este ejercicio se realizó mediante la aplicación de la plantilla de los elementos del pensamiento crítico en forma individual o en parejas. La práctica se realizó a partir del tema seleccionado por cada grupo y se trabajó en colectivo mediante la organización de sesiones de trabajo autónomo para el diseño de las actividades y la propuesta.

El método de proyectos fue utilizado en la experiencia docente de todos los niveles de educación donde se observó que la motivación aumentaba al enfrentar retos en conjunto. En el nivel superior, esta metodología también permite fortalecer la participación social, fomenta el compromiso y la corresponsabilidad de todos los sectores de la sociedad.

CONCLUSIONES

El programa de Pensamiento Crítico y Creativo tuvo un diseño orientado a que los estudiantes resuelvan problemas en la sociedad. La urgencia de pensar críticamente responde a la necesidad de reformular la forma tradicional de enseñanza, promover el pensamiento crítico en los estudiantes y no repetir lo que ya está escrito, transformar el arte de formular preguntas para que dejen de ser fáticas y puedan contribuir a un verdadero proceso de aprendizaje.

Pensar Creativamente o entrenar la creatividad debe servir para mejorar la producción y conducir a la población al éxito. Se puede iniciar un experimento para propiciar un cambio de las propias ideas. El pensamiento creativo procesa la información no como un fin sino como un medio para provocar una disgregación de los modelos y su subsiguiente reestructuración automática en nuevas ideas. Es importante fomentar la conexión entre cosas y los fenómenos.

En la teoría de neurociencia se identificaron estrategias para estimular nuevas formas de aprender: Narrar una historia, elaborar un cartel, formular hipótesis, generar la curiosidad con una sorpresa, una caja con preguntas relacionadas al tema, iniciar con una anécdota, propiciar el humor, integrar las ideas en un blog, realizar organizadores gráficos, utilizar un blog para interactuar con temas interesantes, disonancias cognitivas (hablar de una generación y otra), entre otros.

A partir de estrategias cognitivas se puede mejorar la predisposición para la enseñanza y el aprendizaje de la investigación. En el 2019 se permitió a los estudiantes escoger entre la metodología de proyectos o la modalidad de investigar la teoría. En este proceso se pudo observar que el 80% de los estudiantes demostró buena actitud para participar en proyectos.

El rediseño curricular parte de la revisión epistemológica, de aspectos metodológicos y de la utilización de instrumentos para construir nuevos conocimientos en un nuevo contexto, por lo que, se reconoce la necesidad de fomentar la cultura creativa, gestionar las emociones, la empatía y establecer mejores relaciones interpersonales para impulsar la innovación.

El método de proyectos contempla el principio de la interdisciplinariedad para integrar el conocimiento y proponer soluciones a los problemas en base a las teorías de creatividad.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, C. (2002). Efectos del diálogo socrático sobre el pensamiento crítico en estudiantes universitarios. Obtenido de Proquest : https://search.proquest.com/docview/1436994677/C0CB88DDEC794081PQ/2?accountid=130858

Alba Dorado, M. I. (2016). Architecture and creativity. reflections on the creative process of the architectural project. Arquitectura revista, 12(2), 125-139. Retrieved from https://search.proquest.com/docview/1883709740?accountid=130858

Arnal, J. Et Al. (1994) Investigación educativa. Fundamentos y metodologías. Editorial Labor: Barcelona, España.

Belmonte, Víctor M. (2013). Tesis doctoral: Inteligencia emocional y creatividad: factores Predictores del Rendimiento Académico. Universidad de Murcia. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/5216/521652344002.pdf

Bisquerra, R., et al. (2012). Cómo educar las emociones. Barcelona: Editorial Campás.

Bohm, D. (2002). Sobre la creatividad. España: Kairós.

Carretero, M. y García Madruga, J. A (1984). El pensamiento como habilidad en: lecturas de Psicología del pensamiento. Madrid: Editorial Alianza.

Creamer, M. (2009). Didáctica del pensamiento crítico. MEC. Recuperado de: https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/SiProfe-Didactica-del-pensamiento-critico.pdf

Chávez, M. C. (2013). Proquest. Obtenido de Adaptación y pensamiento constructivo en estudiantes universitarios : https://search.proquest.com/docview/1815497521/B1C8F27F99C54812PQ/2?accountid=130858

Coon, D., Mitterer, J. (2010). Introducción a la Psicología: El acceso a la mente y a la conducta. México: Cengage learning editores.

Corbalán, J.; Martínez, F., Donolo, D. (2003). Manual Test CREA. Inteligencia creativa. Una medida cognitiva de la creatividad. Madrid: TEA Ediciones.

Corbalán, F. J. (2008). ¿De qué se habla cuando hablamos de creatividad? Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, 35, 11-21.

Chávez, M. C. (2013). Proquest. Obtenido de Adaptación y pensamiento constructivo en estudiantes universitarios : https://search.proquest.com/docview/1815497521/B1C8F27F99C54812PQ/2?accountid=130858

De Bono, E. (2004). El pensamiento creativo, el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. México: Paidós.

De Bono, E. d. (1991). El pensamiento lateral o manual de creatividad. Barcelona: Paidós.

De Bono, E. (2004). Opinion-edward de bono senala beneficios del pensamiento lateral. Miami: NoticiasFinancieras. Recuperado de https://search.proquest.com/docview/466209416?accountid=130858

De Bono, E. (2015). Creatividad. Recuperado de: https://www.Leadersummaries.Com/ver-resumen/el-pensamiento-creativo

Dewey, J. (2004). Democracia y ciudadanía. Madrid: Ediciones Morata

Díaz, G., C. (2007). Metodología Interdisciplinaria desde el estudio de la problemática ambiental del tramo urbano de la Cuenca del Río Consota: Hacia el fortalecimiento de la gestión ambiental local. Manizales: Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Universidad Nacional de Colombia.

Elizondo, N. (2013). Creatividad y sentido en el investigador educativo. México: Revista de Investigación Educativa de la REDIE CH. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/5216/521652344002.pdf

Elgueta M. F., Palma E.E. (2010). La investigación en las ciencias sociales y jurídicas. Santiago de Chile: Universidad de Chile, Facultad de Derecho. Centro de Pedagogía y Didáctica del Derecho.

Estrada, C. (2017). Las universidades modernas. México. https://www.ses.unam.mx/curso2016/pdf/12-ago-Resena%20Clark-Perfiles%20Educativos.pdf

Fernández, N. (2008). Los procesos de evaluación y acreditación de la educación superior en América Latina y el Caribe: Una perspectiva comparada, en: SENPLADES, Seminario Internacional de Evaluación y Acreditación: Aportes para pensar la Educación Superior del Ecuador. Recuperado de: http://www.senplades.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=834c3f34-30cd-44ce-bea9-124dc1714b3b&groupId=18607.

Acosta, C. (Julio de 2002). *Efectos Del Diálogo Socrático Sobre El Pensamiento Crítico En Estudiantes Universitarios.* Obtenido de Proquest : https://search.proquest.com/docview/1436994677/C0CB88DDEC794081PQ/2?accountid=130858

Chávez, M. C. (21 de Febrero de 2013). *Proquest.* Obtenido de Adaptacion y pensamiento constructivo en estudiantes universitarios : https://search.proquest.com/docview/1815497521/B1C8F27F99C54812PQ/2?accountid=130858

Goleman, D. (1995). En *Emotional Intelligence* (págs. 43 - 44). Recuperado el 19 de 06 de 2019

Goleman, D. (1996). *Inteligencia Emocional.* Nueva York: Bantam Books.

Macías, M. (Julio de 2002). *Multíples Inteligencias.* Obtenido de Proquest: https://search.proquest.com/docview/1436994691/AFB16D7861A241B9PQ/1?accountid=130858

Muñoz, F. (9 de Febrero de 2011). *Contribuciones de la neurociencia al entendimiento de la creatividad humana*. Obtenido de Proquest: https://search.proquest.com/docview/921725539/3DDB30E0992B46FEPQ/1?accountid=130858

Rodríguez, G. (2011). *La cartografía mental y su incidencia en el pensamiento .* Medellin: Universidad Pontificia Bolivariana.

Santos, I. (Mayo de 2016). *La creatividad de futuros maestros: Desafío para la educación del siglo XXI.* Obtenido de Proquest: https://search.proquest.com/docview/1822189232/7885C74E21E94284PQ/2?accountid=130858

Sternberg, R. J. (1985). Beyond IQ: A Triarchic Theory of Intelligence. Cambridge: Cambridge University Press.

Tamayo y Tamayo, M. (2003). El Proceso de la Investigación Científica. Cuarta Edición. México: Limusa

UNESCO (2009). Conferencia Mundial sobre la Educación Superior: La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo. París. Recuperado de: http://www.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado_es.pdf

Universidad Politécnica Salesiana. (2010). Resumen ejecutivo de la evaluación externa del CONEA. Consultado el 2 de MAYO de 2019 de http://www.ups.edu.ec/FCKeditor/UserFiles/File/cuenca/resumen_ejecutivo_evaluacion_exter_conea.pdf.

Valenzuela, J. Nieto, A. M. (2008). Motivación y Pensamiento Crítico: Aportes para el estudio de esta relación. Revista Electrónica de Motivación y Emoción. Volumen XI junio 2008 Número 28. REME. Recuperado de: http://reme.uji.es/articulos/numero28/article3/article3.pdf

Vergara, C. (2013). Actualidad en psicología. Recuperado de: https://www.actualidadenpsicologia.com/piaget-cuatro-etapas-desarrollo-cognitivo/

Vygotsky, L.S. (1986). Thought and Language. MITPress, Cambridge, MA.W3C World Wide Web Consortium. 2004. [Página principal de W3C]. [Online]. Recuperado de: http://www.w3.org>Whitehead, A.N. 1963. Nueva York: The Aims of Education and other essays. (Los fines de la educación y otros ensayos) Mentor Books.

Wallas, G. (2005). Formación mental y crisis mundial. (El hombre y sus ideas). Información, Cognición y Memoria (CIC) Nº 10. (Pp. 33-46). Universidad Complutense de Madrid.

Wade, R., Parker, J. (2010). Políticas de educación sobre el desarrollo sostenible. Diálogo 1. Francia: Unesco. Recuperado de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000178044_spa?posInSet=1&queryId=69c83373-6663-4584-9bba-8daf84aceb5b

010. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL DOCENTE EN LA ENSEÑANZA SUPERIOR.

VERÒNICA BAQUERIZO ÁLAVA
Máster en Gerencia y Docencia en la Educación Superior.
Decana Facultad de Marketing y Comunicación Universidad Tecnológica ECOTEC.
Contacto: vbaquerizo@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En la actualidad las Instituciones de Educación Superior (IES) gestionan formas eficientes para elevar la calidad de sus docentes y establecer evaluaciones para evidenciar la transformación en su desempeño en correspondencia con ese nivel deseado de excelencia y calidad.
Para su logro, se requiere la adquisición de determinadas competencias, no sólo en los estudiantes sino también en los docentes. Las competencias que debe desarrollar un docente universitario en la actualidad van más allá de una instrucción, pretendiendo lograr una mejora significativa de la calidad del proceso de enseñanza- aprendizaje del estudiante. por ello, la evaluación del desempeño del docente cobra más importancia en los procesos sustantivos: docencia, investigación y vinculación.
En tal sentido, la formación del docente universitario es fundamental para garantizar la calidad y la excelencia del Sistema de Educación Superior, lo cual explica el interés compartido de sus instituciones de establecer líneas esenciales para la proyección e implementación de la formación del profesor universitario como una actividad esencial de la gestión académica.
El presente artículo reflexiona acerca de la importancia del desempeño del docente universitario en el proceso de enseñanza-aprendizaje. El trabajo metodológico consistió en una investigación de alcance descriptivo, no experimental.

Palabras claves: competencias docentes, evaluación del desempeño, formación.

EVALUATION OF THE PERFORMANCE OF THE TEACHER IN HIGHER EDUCATION.

ABSTRACT

Currently, Higher Education Institutions (IES) manage efficient ways to improve the quality of their teachers and establish evaluations to demonstrate the transformation in their performance in correspondence with that desired level of excellence and quality.

For their achievement, the acquisition of certain skills is required, not only in students but also in teachers. The competences that a university teacher must develop at present go beyond an instruction, trying to achieve a significant improvement in the quality of the student's teaching-learning process. Therefore, the evaluation of teacher performance becomes more important in substantive processes: teaching, research and linking.

In this sense, the training of the university teacher is fundamental to guarantee the quality and excellence of the Higher Education System, which explains the shared interest of its institutions to establish essential lines for the projection and implementation of the training of the university professor as a Essential activity of academic management.

This article reflects on the importance of university teacher performance in the teaching-learning process. The methodological work consisted of a descriptive research, not experimental.

Key words: teaching competencies, performance evaluation, training.

INTRODUCCIÓN

Las grandes transformaciones científicas, tecnológicas, económicas y culturales en el presente siglo constituyen los grandes desafíos que deben enfrentar las instituciones educativas, en especial, las universidades a nivel mundial y que sitúan al conocimiento como el factor principal de la competitividad entre las naciones.

Las nuevas formas de economías han traído consigo nuevos paradigmas educativos y evaluativos a fin de garantizar la calidad de la educación en todos los niveles de enseñanza en la medida que ésta es considerada básica en el desarrollo de la persona y de la sociedad en su conjunto, así como, para ejercer el pleno ejercicio de la democracia y equidad social.

Por tanto, son mayores las exigencias en cuanto al mejoramiento de la calidad de las universidades, por el compromiso social que conlleva. Siendo así, las IES y los gobiernos han asumido la calidad educativa como un reto para el logro de objetivos y políticas educativas, habiendo tenido esta una notable expansión a partir de la década de los noventa.

Cabe señalar, que han sido varias las organizaciones que han contribuido al desarrollo de competencias en este ámbito; en especial el Proyecto Tuning Europa, surgido de las necesidades de los estudiantes, cuya creciente movilidad requirió información fiable y objetiva sobre la oferta de programas educativos, y centró su interés en el desarrollo de competencias centradas primordialmente en el estudiante y en su capacidad de aprender, que exige más protagonismo y cotas más altas de compromiso puesto que, es el estudiante quien debe desarrollar la capacidad de manejar información original, buscarla y evaluarla en una forma más variada (biblioteca, docentes, Internet, etc.). Por su parte, el Proyecto Tuning en América Latina identificó una serie de competencias necesarias en el proceso docente en la región.

Otro proceso que ha sido clave y ha influido en la calidad de las universidades, es *la Acreditación,* creada para mejorar la calidad, equidad, pertinencia y cobertura de la educación superior, mediante el establecimiento de mecanismos para otorgar mayor credibilidad social a sus procesos y resultados educativos.

Estas apremiantes han hecho posible que se profundice en la temática sobre las competencias, el perfil docente, su desempeño, y no menos importante la formación. Aspectos a tener en cuenta en los procesos sustantivos que se desarrollan en la institución, tales como: docencia, investigación, y vinculación con la finalidad de aplicar mejoras de forma permanente, de manera que incida en el aprendizaje del estudiante y genere una nueva cultura de calidad, a partir de la reflexión compartida entre los actores que participan en este proceso, posibilitando con ello, su desarrollo profesional, así como, el incremento de su autoestima, motivación y compromiso.
El siguiente artículo reflexiona acerca de la importancia de la evaluación del desempeño en la enseñanza superior.

DESARROLLO

Desafíos de la enseñanza superior.

Según la Unesco (1998), la educación superior comprende todo tipo de estudios, de formación o de formación para la investigación en el nivel postsecundario, impartidos por una universidad u otros establecimientos de enseñanza que estén acreditados por las autoridades competentes del Estado como centros de enseñanza superior.

Hoy en día, la sociedad atraviesa una situación compleja y cada vez más creciente, manifestadas en: formas inéditas de violencia; formas inéditas de movilidad humana/ flujos migratorios con sus secuelas socio-económicas, culturales y emocionales: “diásporas de la esperanza, de la desesperanza o del terror”; fragmentación de los núcleos sociales de convivencia y apego; individualismo exacerbado, des-localizado; y resocialización mediada por la tecnología; extremismo y discurso de odio multiplicados a través de las redes sociales; persistencia de la pobreza; exclusión/discriminación; desigualdad socioeconómica y de género; degradación material e insostenibilidad del hábitat urbano / rural.

Por otra parte, vivimos y asistimos en la era del conocimiento reticular construido por múltiples inteligencias distribuidas en red; con diversas formas de participación y redistribución del poder a través de nuevas plataformas tecnológicas y de redes sociales, de nuevos medios de expresión y nuevas voces. Además, somos testigos y actores de grandes innovaciones, de “temas de frontera”: “cuarta revolución industrial” e Inteligencia Artificial, y aprendizaje profundo (Deep Learning) y sus usos como la Analítica de Aprendizaje y Aprendizaje Adaptativo (Learning Analytics), rupturas y umbrales epistemológicos emergentes.

En tal sentido, la incorporación de la revolución de los datos en el sistema educativo acrecienta las oportunidades de enriquecer los procesos de enseñanza-aprendizaje, en una doble dirección que optimiza el rol del docente y completa sustantivamente la experiencia del estudiante. Se considera que los escenarios de análisis que cruzan datos y variables casi infinitas tienen el potencial de mejorar la experiencia de aprendizaje en tiempo real al ofrecer información acerca del proceso individual de aprendizaje; y reducir la tasa de abandono al promover un aprendizaje relevante.

Estos cambios requieren por parte de la enseñanza superior de otra mirada más innovadora y creativa, es decir, nuevas formas de mediación pedagógica en la formación de competencias en tecnologías para docentes y estudiantes; lectoescritura digital; Alfabetización Mediática e Informacional; así como la incorporación de la tecnología en la gestión educativa y la toma de decisiones en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Por todo ello, urge la necesidad de potenciar la evaluación del desempeño del docente, sus competencias y de esta forma contribuir a su desarrollo personal y profesional y promover una cultura evaluativa permanente en la institución que privilegie el mejoramiento permanente de los procesos sustantivos: *Docencia, Investigación y Vinculación*; solo así, se dará un salto cualitativo a tono con las exigencias que este tiempo requiere.

Competencias docentes.

La definición de competencias nació en el ámbito empresarial. En el campo de la educación se ha ido retomando progresivamente y muchas instituciones de educación superior han apostado por este paradigma. El término competencias contempla varias acepciones. entre ellas, las siguientes:
Zabala y Arnau (2008), conceptualizan la competencia docente como la capacidad o habilidad de efectuar tareas o hacer frente a situaciones diversas de forma eficaz en un contexto determinado. Y para ello es necesario movilizar actitudes, habilidades y conocimientos al mismo tiempo y de forma interrelacionada (pp. 43-44).

De acuerdo con Azcarate (2004) citado en Bustamante (2018) las competencias docentes poseen una:

> Visión compleja, constructivista y critica de la formación y una concepción integradora del saber practico profesional. El conocimiento docente es un conocimiento *práctico*, dirigido a la intervención en el ámbito educativo; es *complejo e integrador*, no es un conjunto de técnicas didácticas estandarizadas ni un conjunto de rutinas y principios elaborados a partir de la experiencia, sino que requiere de la interacción e integración rigurosa de saberes de distinto tipo; es *crítico*, porque orienta la actuación de los profesores en una determinada dirección y eso implica también una opción ideológica; y es *profesionalizado* sobre *la enseñanza de los contenidos*, ya que debe abordar específicamente las situaciones y problemas relacionados con la práctica de su enseñanza. (p.26)
>
> Por su parte, Perrenoud (2004, p. 26), considera la competencia docente como “la aptitud para enfrentar eficazmente una familia de situaciones análogas, movilizando a conciencia y de manera a la vez rápida, pertinente y creativa, múltiples recursos cognitivos: saberes, capacidades, microcompetencias, informaciones, valores, actitudes, esquemas de percepción, de evaluación y de razonamiento.

A pesar que existe una gran diversidad de competencias docentes que responden a un contexto determinado y enseñanza. A continuación, se presenta un listado de competencias que propone Perrenoud (2004, pp. 15-16).

- Organizar y animar situaciones de aprendizaje
- Gestionar la progresión de los aprendizajes
- Elaborar y hacer evolucionar dispositivos de diferenciación
- Implicar a los alumnos en su aprendizaje y en su trabajo
- Trabajar en equipo
- Participar en la gestión de la institución
- Informar e implicar a los padres
- Utilizar las nuevas tecnologías
- Afrontar los deberes y los dilemas éticos de la profesión
- Organizar la propia formación continua

Para el Proyecto Tuning América Latina (2007), las competencias tienen:

> Complejas capacidades integradas, en diversos grados, que la educación debe formar en los individuos para que puedan desempeñarse como sujetos responsables en diferentes situaciones y contextos de la vida social y personal, sabiendo ver, hacer, actuar y disfrutar convenientemente evaluando alternativas, eligiendo las estrategias adecuadas y haciéndose cargo de las decisiones tomadas (p.35).

En términos generales, el concepto de competencias tiene varias acepciones según el referente cultural y el ámbito en el que se desarrolle. En una competencia se integra el saber, el saber hacer y el saber ser y se adquiere mediante estrategias y métodos orientados por un docente con un perfil profesional óptimo para que pueda desempeñar eficientemente la profesión.
El perfil de un docente universitario debe contener las competencias orientadas fundamentalmente a la docencia, investigación y vinculación.

A propósito de ello, Mas (2011) propone las competencias que debe poseer un docente para desarrollar su función en la docencia, investigación.

Tabla 1. Competencias del docente para desarrollar las funciones de docencia, investigación y vinculación.

Competencias	Función: Docencia e Investigación y Vinculación
Diseñar la planeación didáctica de acuerdo con las necesidades, el contexto y el perfil profesional, todo ello en coordinación con los colectivos de carrera.	• Caracterizar el grupo de aprendizaje. • Diagnosticar las necesidades. • Formular los objetivos de acuerdo a las competencias del perfil profesional. • Seleccionar y secuenciar contenidos disciplinares. • Diseñar estrategias metodológicas atendiendo a la diversidad de los estudiantes y la especificidad del contexto. • Elaborar unidades didácticas de contenido.
Desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje propiciando oportunidades de aprendizaje tanto individual como grupal.	• Gestionar la interacción didáctica y las relaciones con los estudiantes. • Establecer las condiciones óptimas y un clima social positivo para el proceso de enseñanza-aprendizaje y la comunicación. • Utilizar las TIC para la combinación del trabajo presencial y no presencial del estudiante.
Tutorizar el proceso de aprendizaje del estudiante propiciando acciones que le permitan una mayor autonomía.	• Planificar acciones de tutorización, considerando los objetivos de la materia y las características de los estudiantes, para optimizar el proceso de aprendizaje. • Orientar, de forma individual y/o grupal, el proceso de construcción del conocimiento de los estudiantes proveyéndoles de pautas, información, recursos... para

	• favorecer la adquisición de las competencias profesionales. • Utilizar técnicas de tutorización virtual.
Diseñar, desarrollar y/o evaluar proyectos de investigación, proyectos de vinculación con la comunidad e innovación de relevancia para la institución.	• Gestionar ayudas para proyectos competitivos... • Establecer las directrices básicas de los procesos de investigación y vinculación. • Elaborar proyectos de investigación basados en el rigor científico. • Planificar colaborativamente los temas y estrategias de investigación.
Producir material científico actual y relevante para y para el propio avance científico de su área de conocimiento acorde a las líneas de investigación.	• Generar producción científica de documentos orientada a la publicación. • Solicitar el asesoramiento de compañeros con mayor experiencia. • Potenciar la participación y colaboración de los compañeros/colaboradores. • Publicar en editoriales, nacionales e internacionales, de prestigio reconocido.

Fuente: Elaboración propia tomado de Mas (2011)

El fortalecimiento de las competencias docentes favorecerá el proceso de evaluación y acreditación. Por tanto, constituye una tarea permanente conocer sus necesidades de formación para de este modo poder lograr un óptimo desempeño en sus labores educativas.

Desempeño docente.

La docencia es una actividad fundamental de la universidad y es uno de los actores sobre el que se asienta la calidad de la universidad. De esta forma la evaluación de la docencia universitaria se transforma en un aspecto esencial de la universidad, tanto para la mejora de su calidad como para la toma de decisiones académicas como administrativas. Rueda (2006) señala:

> La docencia proporciona a los profesores una fuente de retroalimentación que puede tener una influencia directa en su auto-imagen, identidad y satisfacción profesional, así como en una mejor práctica de enseñanza. Y permite establecer un clima que proporciona información acerca del compromiso institucional hacia el mejoramiento profesional y la confianza que se tiene en que cada miembro del personal docente pueda hacer una contribución valiosa al logro de metas compartidas (p.15).

La evaluación de la actividad universitaria adquiere distintos sentidos y criterios, ya sea para analizar el funcionamiento de las unidades docentes (materias, colectivos, centros, etc.); para la selección del docente cuando opta a un cargo o una plaza mediante concurso/oposición, habilitación o acreditación; para proporcionar información de la actividad docente que mejore sus prácticas; o para evaluar su eficiencia y así apoyar, o no, su promoción económica o profesional. Al respecto se señala:

> Esta situación plantea una serie de interrogantes tales como: qué se debe valorar, quién debe hacerlo y cómo debe hacerse (qué criterios, instrumentos y mecanismos deben regir el procedimiento). Estas preguntas cobran especial relevancia debido a la creciente introducción, en el sistema universitario, de mecanismos para evaluar al docente y la posibilidad de hacer repercutir los resultados de la evaluación en su economía y desarrollo profesional. (De Juan Herrero et al. 2007, p.165)

Anteriormente la evaluación del desempeño se centraba únicamente en la docencia, como actividad de enseñanza, se valoraba únicamente la adquisición o no de conocimientos por parte de los estudiantes: "el buen docente es aquel que lograba una buena tasa de rendimiento". Este criterio, ha cambiado, y hoy se considera la evaluación de la función docente como un elemento relevante para analizar la calidad de las instituciones educativas, resignificando el rol del docente universitario, como uno de los actores fundamentales sobre los que se apoya la calidad de la universidad.

> La evaluación de la docencia es un fenómeno complejo, que requiere estrategias diversas, integrantes de un programa de evaluación amplio, que incluya necesariamente referencias a diversos elementos de la institución universitaria: programas docentes, recursos, capacitación cultural y profesional de los estudiantes, potencial investigador, etc. (Tejedor y García, 1996, p.94)

> Se pueden identificar tres grandes tendencias en la evaluación de la docencia universitaria: la primera orientada a resultados siendo la evaluación de la función docente universitaria un componente de la evaluación institucional, relacionada al control o rendición de cuentas. La segunda, la evaluación orientada a la formación donde la evaluación aparece como un proceso formativo sistemático y permanente, integrada a la actividad cotidiana de la enseñanza operando al interior de las cátedras y contribuyendo a mejorarlas. Y una tercera tendencia está representada por la evaluación de función docente relacionada con políticas institucionales para el desarrollo los recursos humanos, ya que se vincula con la carrera docente y su relación con el ingreso, formación, permanencia, promoción, incremento salarial, incentivos a la investigación, etc. En esta orientación podrían complementarse y conjugarse ambas concepciones de la evaluación, según lo planteado en cada caso. (Fernández y Coppola, 2013, pp. 13-14)

Mateo (2000); Rodríguez; Rueda, (2008) dan cuenta de la coexistencia de diversos enfoques en torno a la evaluación de la función docente universitaria. El enfoque denominado *tradicional*, que se realiza mediante un cuestionario, donde se obtienen datos asociados a la docencia. Otro enfoque, es el que considera que los modelos de evaluación que parten de la *autoevaluación* como un proceso reflexivo y participativo, que describe y valora la realidad, implicando a todos los docentes enfatizando en la mejora de la calidad. Los dos enfoques consideran dos puntos de vista diferentes; por un lado, la influencia docente en cuanto a su actividad cuya finalidad es la mejora y, por otro lado, como resultado de un ejercicio que las universidades realizan ya sea porque la contempla en su normativa o como una obligación impuesta por órganos rectores.

Los órganos rectores de educación superior regulan la forma en que se realiza las evaluaciones del desempeño del docente universitario. En regiones, países, esto puede variar

atendiendo a las especificidades de cada uno. Por ejemplo, en Ecuador la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES, 2018) en su artículo 151 indica que los profesores se someterán a una evaluación periódica integral según lo establecido en la presente Ley. Se observará entre los parámetros de evaluación la que realicen los estudiantes a sus docentes.

En la Universidad ECOTEC, el Reglamento de Evaluación Integral (2017) de desempeño del personal académico, tiene como objetivo normar la aplicación de la evaluación integral de desempeño a todo el personal académico de la institución como parte de los procesos académicos con la finalidad de cumplir su misión. Este reglamento se aplica a los docentes titulares y no titulares de la institución y abarca los procesos sustantivos de la institución, es decir, docencia, investigación y vinculación.

El desempeño del personal académico de la institución será evaluado de acuerdo a los siguientes componentes:

- Autoevaluación: es la evaluación que el personal académico realiza periódicamente sobre su trabajo y su desempeño académico.
- Coevaluación de Pares: es la evaluación que realizan los pares académicos.
- Coevaluaclón de Directivos: es la evaluación que realizan los directivos de la universidad.
- Heteroevaluación: es la evaluación que realizan los estudiantes sobre el proceso de aprendizaje impartido por el personal académico.

Una vez realizadas las evaluaciones correspondientes, se procede a elaborar un informe de evaluación integral que consiste en la compilación de los componentes antes mencionados, de manera que facilite la retroalimentación necesaria para el perfeccionamiento del proceso docente, investigativo, de vinculación y de gestión académica. La escala de calificación para la Evaluación Integral es de 100 puntos distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 1. Escala Calificación Evaluación Integral

Puntos	Calificación
100-90	Excelente
89.99-80	Muy Bien
79.99-70	Bueno
Por debajo de 70	En proceso de mejora

Fuente: Elaboración propia a partir del Reglamento de Evaluación Integral ECOTEC (2017).

El resultado de la evaluación es comunicado al docente. En caso que el resultado sea equivalente a “En proceso de mejora o Bueno”, se establece un plan de trabajo que incluya los indicadores a mejorar. El informe y el plan de trabajo serán firmados por el Decano y el docente como aceptación de la información socializada.

En sentido general, se debe realizar la debida planeación para la ejecución de la evaluación del desempeño docente, de manera que se vayan tomando las acciones correctivas en cada etapa del proceso y las acciones que se realicen contribuyan a la eficiencia y lo más importante propicien la mejora continua de los procesos sustantivos en la universidad y por consiguiente se alcancen niveles de calidad elevados que tributen a la formación integral de los estudiantes.

Formación docente.

Según la Unesco (1998) en la Declaración Mundial sobre la educación superior en el siglo XXI: visión y acción señala que la universidad tiene por funciones: formar a los estudiantes para que se conviertan en ciudadanos bien informados y profundamente motivados, provistos de un sentido crítico y capaces de analizar los problemas de la sociedad, buscar soluciones para los que se planteen a la sociedad, aplicar éstas y asumir responsabilidades; promover, generar y difundir conocimientos por medio de la investigación y, como parte de los servicios que ha de prestar a la comunidad, proporcionar las competencias técnicas adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico de las sociedades, fomentando y desarrollando la investigación científica y tecnológica a la par que la investigación en el campo de las ciencias sociales, las humanidades y las artes creativas.

Para dar cumplimiento a estas funciones la educación superior ha venido transformándose y se han reformulado planes de estudios, se han utilizado metodologías que den respuesta a las nuevas exigencias pedagógicas y didácticas para fomentar la adquisición de conocimientos prácticos, las competencias y aptitudes para la comunicación, el análisis creativo y crítico, la reflexión independiente y el trabajo en equipo en contextos multiculturales. Es decir, enseñar a aprender- aprender.

Ante los nuevos retos que enfrenta la educación superior, los docentes, como principales actores del cambio, requieren un proceso de formación no solo disciplinar, sino también pedagógica, como parte de su desarrollo profesional.

Dentro de la formación de profesionales un lugar relevante se le otorga a la formación de docentes, en tanto es en ellos donde recae una parte fundamental de la preparación del hombre a través de los distintos niveles de enseñanza.

Hernández (2009) considera que:

> La actividad del docente está inmersa en el entramado de interrelaciones complejas que componen la estructura tanto de la institución escolar como de la sociedad en general, por lo que todos los cambios e innovaciones que se han sucedido en la esfera social y científica han provocado determinados rasgos en la profesión del profesor universitario caracterizada por su complejidad, diversidad y su desarrollo en contextos específicos únicos e irrepetibles (p. 13).

Padilla, López, Rodríguez (2015) consideran que la “formación del docente universitario se concibe como la piedra angular para alcanzar la calidad y la excelencia del sistema de Educación Superior, lo cual explica el interés de las IES de establecer líneas esenciales para la proyección e implementación de la formación del profesor universitario como una actividad básica de la gestión académica.

La formación docente se debe asumir como un proceso continuo, sistémico, flexible, orientado a preparar a los docentes para la intervención en los procesos. En ellos, recae la mayor responsabilidad en la formación de los estudiantes, por ello, la necesidad de delimitar las competencias que se precisan para que desarrollen adecuadamente sus funciones. En tal sentido, debe contar con el conocimiento correspondiente a su área de trabajo y aplicar la mejora continua de forma permanente y de igual modo mejorar sus competencias didácticas.

Atendiendo a esto, la función del profesor debe consistir en generar oportunidades de aprendizaje, mediante las cuales el estudiante se cuestione qué es lo que conoce acerca del tema a desarrollar, buscar nueva información, y trabajar en colaboración con otros para resolver problemas y tomar decisiones; es decir, el docente requiere de un profundo conocimiento no solo del contenido de su asignatura, sino de estrategias de enseñanza que apoyen el aprendizaje (Marcelo et al., 2016), es decir, por la formación pedagógica y didáctica del profesional de la educación es fundamental y estratégica para elevar la calidad educativa que tanto le necesita la sociedad. De este modo, el docente es responsable de guiar a sus estudiantes facilitándoles el acceso a recursos que les permitan explorar y elaborar nuevos conocimientos, lo cual ayuda a fomentar el desarrollo de competencias que le permitan hacer frente a diferentes situaciones de la realidad en que viven y puedan desempeñarse en su profesión. (Díaz, 2005)

En el caso de la Universidad ECOTEC, desde el Vicerrectorado Académico, existe un plan de perfeccionamiento anual, el cual cubre áreas de actualización de conocimientos de la profesión, cursos de metodología y didáctica en el que, atendiendo a las necesidades de aprendizaje de los docentes y a su carga horaria se programa su participación en dicho plan. (Monserratt, 2018, p.38)

Del mismo modo, se desarrollan cursos de *Formación de docente investigador* (FDI) desde el año 2015 impulsados por la Dirección de Investigación, cuyo propósito principal es iniciar el proceso de creación de masa crítica para el proceso investigativo que está diseñado a lo largo del currículo. Este curso posee cuatro pilares fundamentales: Introducción a la Investigación, Metodología Docente orientado a las prácticas en el aula, Redacción Científica, Diseño y planificación de proyectos.

En resumen, la capacitación, actualización y perfeccionamiento de los docentes se presenta como un compromiso necesario y responsable de las instituciones de educación superior, si se asume que son actores clave en el proceso de transformación para contribuir al cumplimiento de las funciones sustantivas de la universidad, y en particular para promover el protagonismo de los estudiantes en su proceso de aprendizaje. El docente debe ser poseedor de una cultura general, científica y pedagógica, y con un alto compromiso social que le permita el desarrollo de la autodeterminación, el compromiso y la responsabilidad social. Desde esta concepción fortalece sus motivaciones profesionales y la identidad con la carrera y la profesión.

CONCLUSIONES

Las competencias constituyen una apuesta por la movilización de conocimientos y su combinación pertinente para responder a situaciones en contextos diversos. Las IES deberían caracterizar los perfiles de competencias de sus docentes a partir de sus especificidades pues responden a sus propias necesidades.

El sistema educativo en la enseñanza superior actual necesita docentes competentes, y no solo en relación con el área de conocimiento en la que poseen experticia, sino capaces de acompañar a los estudiantes en el proceso de apropiación de ese conocimiento en función de las exigencias de la realidad social en que viven.

Para que el docente pueda mejorar su formación, es muy importante su disposición, pero tanto o más lo es que las IES posean una oferta formativa que cubra las necesidades y les ayuden a perfilar su competencia pedagógica. La formación debe ser permanente, objetiva y actualizada a partir de las tendencias del entorno.

La evaluación del desempeño constituye una estrategia para potenciar la profesionalización permanente del docente universitario.

BIBLIOGRAFÍA

Almuiñas, R, J.L y Galarza, L. Y. (2013). La evaluación del desempeño del docente universitario. Experiencias institucionales y nacionales. ISNN 978-9978-9931-9-4. Editorial. Guayaquil-Ecuador. Universidad ECOTEC.

Azcarate, P. (2004). Los procesos de formación: en busca de estrategias y recursos. En Castro y De la Torre (Eds.), Investigación en educación matemática: Octavo Simposio de la Sociedad Española de Investigación matemática (S.E.I.E.M) (pp.43-60). A Coruña: Servicio de Publicaciones.

Azcarate, P. y Cuesta, J. (2009). Factores que facilitan el cambio en el profesorado novel de secundaria. *Revista de Educación*, 357, 327-350, DOI: 10,4438/1988-592X-RE-2011-357-063.

Bustamante, C, M, M. (2018). Tesis Doctoral. Caracterización del perfil profesional de docentes: Implicaciones para un modelo formativo. Caso de estudio. Universidad Tecnológica ECOTEC.

De Juan Herrero, J, et al. (2007). "Buenas Prácticas en la Evaluación de la Docencia y del Profesorado Universitario" Redes de investigación docente: Espacio Europeo de Educación Superior [en línea] vol. 1. Universidad de Alicante.
Disponible en http://blogs.ua.es/jdjdjp/files/2007/06/evaluadocencia.pdf

Díaz, B, A. (2005). El profesor de educación superior frente a las demandas de los nuevos debates educativos. Perfiles Educativos, 27(108), 9-30.

Fernández, L, N. y Coppola, N. (2008a). "Aproximaciones a la evaluación de la docencia universitaria en países iberoamericanos. Una perspectiva comparada entre similitudes, diferencias y convergencias". vol. I, núm. 2. Perspectivas en Políticas Públicas, jul-dez, pp. 131-163. Universidad de do Estado de Mina Gerais, Belo Horizonte.

Mateo, J. (2000). La evaluación educativa y su práctica y otras metáforas. Cuadernos de Educación núm. 33. Barcelona, Horsi –ICE/ UB, 94p.

Hernández, S, R., Fernández, C, C., y Baptista, L, P. (2014). *Metodología de la investigación:* (6a. ed. --.). México D.F.: Editorial: McGraw-Hill.

Hernández, D, A. (2009). La formación para la profesión docente: una visión desde la experiencia cubana. CEPES, Universidad de la Habana, Cuba. Disponible en:
http://www.ub.edu/relfido/docs/NUEVOS_RETOS_DE_LA_PROFESION_DOCENTE.pdf

Padilla, G, A; López, R, M; Rodríguez M, A. (2015). La formación del docente universitario. Concepciones teóricas y metodológicas. Revista Universidad y Sociedad [seriada en línea], 7 (2). pp. 86-90. Disponible en: http://rus.ucf.edu.cu/

Perrenoud, P. (2004). Diez nuevas competencias para enseñar. Barcelona: Graó.

Reglamento de evaluación integral del personal académico. (2017). Universidad ECOTEC. Disponible en: https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/08/desempenio-presonal-academico.pdf

Plan Estratégico de Desarrollo Institucional. (2017-2021). Universidad ECOTEC. Disponible en: https://www.ecotec.edu.ec/pedi/

Rueda, M. (2008). La evaluación del desempeño docente en las universidades públicas en México. Memorias del IV Coloquio Iberoamericano sobre la Evaluación de la Docencia, México, UAM/ IISUE/RIED.

Tejedor, F. J. y García Valcárcel, A. (1996). La evaluación de la calidad de la docencia universitaria, en el marco de la evaluación institucional, desde la perspectiva del alumno. Salamanca, Cuadernos IUCE-Universidad de Salamanca, 94p.

Unesco (1998). Conferencia Mundial sobre la Educación Superior. La educación superior en el siglo XXI: Visión y acción. Disponible en: http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm

Zabala, A. y Arnau, L. (2008). Cómo aprender y enseñar competencias. México: Colofón-Graó.

Zabalza, M. A. (2005). Competencias docentes. Conferencia pronunciada en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, el 9 de febrero de 2005. Recuperado de http://www.psicologiayconsejeria.org

011. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION EN LA EDUCACION SUPERIOR DIRIGIDO A ESTUDIANTES DEL ÁREA DE LA SALUD

Autores:

MSc. Alida Vallejo López, alida.vallejol@ug.edu.ec Universidad de Guayaquil, docente, Guayaquil, Ecuador

MSc. Magaly Peñafiel Pazmiño, mpenafiel@ecotec.edu.ec, Universidad Tecnológica ECOTEC, docente, Guayaquil, Ecuador

Melanie Castro Franco y Diogo Dueñas Ramírez, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

La investigación es considerada una actividad orientada a la obtención de hallazgos significativos que aumentan el conocimiento humano y enriquecen la ciencia, gracias a ella el mundo ha cambiado generando progreso, calidad de vida, salud, innovación, de allí la importancia de fomentarla en todos los niveles educativos. El proceso de enseñanza aprendizaje en las Instituciones de Educación Superior está orientado por los docentes, quienes deben implementar las estrategias necesarias para mejorar la comprensión de los temas contemplados en el silabo. El objetivo, es determinar de qué manera incide la investigación en la sociedad, por medio de análisis de artículos y datos relacionados al tema, para identificar las acciones que se deben realizar para impulsar el desarrollo de la actividad científica en la Educación Superior. En este proceso influyen varios factores que deben ser analizados. Para motivar a los estudiantes a realizar una investigación se debe fortalecer, la curiosidad y el interés impulsando también la responsabilidad y el compromiso social sobre diversos temas Las Instituciones de educación superior deberían darle mayor protagonismo a la investigación e incluirla como un eje transversal a lo largo de todas las carreras.
PALABRA CLAVE: Investigación, Docente, Estudiante, Educación Superior

ABSTRAC

Research is considered an activity aimed at obtaining significant findings that increase human knowledge and enrich science, thanks to this the world has changed generating progress, quality of life, health, innovation, hence the importance of promoting it at all educational levels . Teachers, who must implement the necessary strategies to improve the understanding of the topics covered in the syllable, guide the teaching-learning process in higher education institutions. The objective is to determine how research affects society, through the analysis of articles and data related to the subject, to identify the actions that must be carried out to promote the development of scientific activity in Higher Education. Several factors influence the process that must be analyzed. To motivate students to carry out an investigation, curiosity and interest should be strengthened, also promoting social responsibility and commitment in various subjects. Higher education institutions should give greater importance to research and include it as a crosscutting axis in all professional careers.
KEYWORD: Student, Teacher, Research, Higher-Education

INTRODUCCION

La investigación a lo largo de la historia ha sido una herramienta que ha permitido cambiar la vida del hombre, partiendo de su curiosidad natural, generando nuevos conocimientos, en base lo que se han desarrollado inventos que han producido progreso, calidad de vida, salud, innovación, de allí la importancia de fomentarla en todos los niveles educativos. La palabra investigar proviene del latín investigare derivado de vestigiun que significa ir en busca de una pista, por lo tanto, se entiende que investigar es buscar, indagar datos, información, referente a temas interesantes a los investigadores, aplicar técnicas y métodos de búsqueda que permitan obtener un conocimiento más profundo, que expliquen los procesos o los fenómenos que afectan a un objeto de estudio. La investigación es una cualidad inherente en el ser humano, dado que es la herramienta utilizada para la búsqueda del conocimiento y la verdad. Investigar significa buscar y descubrir, para poder elaborar nuevas teorías en distintas disciplinas o modificar las ya existentes. (Universidad México 2016).

Pero esta habilidad, si bien ya existe en cada persona, debe ser desarrollada y la mejor manera para hacerlo es impulsarla desde la juventud, mediante la elaboración de trabajos académicos Todos los seres humanos tienen la capacidad para investigar, pero no a todos les interesa. La investigación es considerada una actividad orientada a la obtención de hallazgos significativos que aumentan el conocimiento humano y enriquecen la ciencia. Tiene la capacidad de favorecer el desarrollo de habilidades y el descubrimiento de nuevos hechos, de acuerdo con los avances en la técnica, la tecnología y el pensamiento (Bijarro, Francisco 2007).

Sin duda la ciencia es un tema de primordial importancia, para comprender el mundo que nos rodea y los complejos procesos que se producen en él. Se considera que tiene un papel estratégico en el desarrollo de una nación, tanto en el en ámbito social, económico, académico y en el ámbito de la salud. Cada nuevo descubrimiento a lo largo de la historia sin duda ha generado innovación nuevas tecnologías, mejoras en la atención de enfermedades, diagnósticos, tratamientos, etc.

Un investigador, no es una persona que es forzada a investigar es una persona que siente el deseo interno de saber cada vez mas sobre todo lo que acontece a su alrededor, un investigador puede lograr grandes descubrimientos si está motivado, cada vez que se pregunta algo y busca una explicación, cada vez que busca información en libros, en revistas, en bases de datos, cada vez que duda sobre una teoría, está el espíritu investigador presente, pero ¿cómo se puede impulsar ese espíritu investigador? Sin duda sembrando interés en las personas, en este caso en los estudiantes que ingresan a la Universidad. Las Universidades deben propiciar el interés de las y los investigadores por comunicar la ciencia, así como promover la participación de la ciudadanía en los procesos de gestión del conocimiento, sus aplicaciones, alcances, riesgos e incertidumbres; para ello debe fomentar la adquisición de nuevas habilidades en el personal investigador (…) este es un reto que se debe asumir con sabiduría, para reflexionar que se debe informar a la sociedad el conocimiento y la ciencia. (Castillo A, s/f.)

La educación en las universidades, no debería centrarse solo en los programas establecidos en forma rígida, siempre debe dejar un espacio para otras actividades que complementen los programas teóricos, un programa flexible que permita participar a los estudiantes en

actividades académicas de investigación, incluyendo sesiones científicas, conversatorios, organizando mesas de análisis, redactando ensayos cortos Las instituciones de educación superior, dentro de sus actividades ordinarias, incluyen la investigación, aun cuando la universidad sea más de docencia, pues no puede existir en la actualidad una universidad donde no se investigue. Las universidades deben tener incidencia, dejar huella en una región o país, más allá de los egresados, y una forma de hacerlo es a través de la investigación. (Mazuera Arias, R.2016).

Los estudiantes, que ingresan a la Universidad y aspiran a obtener un título universitario deben desarrollar habilidades en investigación y para ello el docente debe promover la práctica de investigar, en todos los estudiantes, especialmente en el área de la salud. Para realizar una investigación científica el estudiante tiene que aprender que, ésta se inicia con una idea nueva, se estructura como hipótesis, la cual se acepta o rechaza en función de los resultados y culmina con la publicación de los mismos (González Argotea Javier 1995).

El objetivo del presente artículo es determinar de qué manera incide la investigación en la sociedad, por medio de análisis de artículos y datos relacionados al tema, para identificar las acciones que se deben realizar para impulsar el desarrollo de la actividad científica desde la Educación Superior.

DESARROLLO

La investigación tiene un rol importante en la educación superior, el mismo que debe asumirse con responsabilidad, disciplina y rigurosidad académica, para implementarla se necesita personal con el perfil idóneo requerido y la experticia propia de la actividad investigativa. Todos los cambios generados en el mundo a lo largo de la historia están basados en la curiosidad del hombre, en el estudio y la investigación y han generado grandes cambios en el mundo. Desarrollar competencias investigativas permite ampliar el campo de conocimiento y para responder a los requerimientos de la educación superior del siglo XXI, se requieren transformaciones esenciales en mejora del modelo educativo-institucional acorde a las exigencias del nuevo contexto que evoluciona cada día en el mundo. (Gómez, J.; Diéguez, P.; Gómez 2014).

Desde que Wilhelm Von Humboldt agregó al proceso universitario unidades de investigación, se incrementó el valor de la misión institucional de la Universidad, generar nuevos conocimientos, para trascender y no seguir estancados en teorías consideradas como verdades absolutas. (Deiters, H. 1960). En aquel momento la academia dio un paso adelante, para robustecer la educación, fortalecer el aprendizaje y dar más elementos para que los profesionales, fuera de su ejercicio como tal, crearan nuevos conocimientos con miras a solucionar problemas, generar desarrollo y progreso. Desde entonces la universidad, se potenció con un nuevo factor: hacer ciencia, generar nuevas sapiencias, aplicación de metodologías científicas, teorías, leyes etc.

La relación entre docencia e investigación desde la formación de las modernas universidades europeas durante el siglo XIX fue conceptuada de dos formas: la primera, la de la unidad entre docencia e investigación, fue la base de la tradición universitaria alemana; mientras que la segunda, la de la separación de ambos procesos, fue el fundamento de la universidad napoleónica (Medina, D. E. M., & Morales, N. A. 2014)

A partir de los precedentes que han marcado la evolución de las universidades, es propicio referirse al nuevo enfoque bajo el cual se empieza a entretejer de forma creciente y planificada la tercera misión universitaria (las otras dos son docencia e investigación): la cual consiste en promover que los nuevos conocimientos científicos, ideas creativas y tecnologías generadas en el seno de la universidad se pongan al servicio de la sociedad, se transformen en nuevos productos o servicios valiosos para el mercado y por tanto, generen riqueza y bienestar social (Molina, Ó. D. 2015.).

Todos los países del primer mundo que apoyan a la investigación, ven los resultados reflejados en la mejora de su economía con procesos innovadores que permiten mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, produciendo nuevos servicios, generando trabajo y riqueza, un claro ejemplo claro de esto fue cuando se empezó a utilizar la energía eléctrica, pues desde su descubrimiento hasta la actualidad, existen centrales en las que trabajan muchas personas, que benefician a todas las comunidades con este servicio, pero aunque hoy es algo normal y cotidiano, en los primeros años se realizaron muchas horas de investigación que han dado sus frutos. Se podrían mencionar miles de investigaciones que han generado un mundo actual lleno de comodidades y tecnologías que han cambiado el mundo. Pasando por el avión, los teléfonos celulares, la creación del microscopio, las vacunas, los rayos X, la descomposición del átomo, el estudio del ADN y la creación de muchas nuevas áreas académicas para conocer cada vez más diversos temas, de hecho nada sería igual en la actualidad si no se hubiera investigado.

EN ECUADOR

Al investigar superficialmente, se evidencia que la página principal del Senescyt cuenta con enlaces a distintos institutos de investigación como lo son el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI), el Instituto Nacional de Investigación Geológico, Minero y Metalúrgico (INIGEMM), Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI), Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), Instituto Nacional de Eficiencia Energética y Energías Renovables (INER), Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), Instituto Nacional de Pesca (INP), Instituto Antártico Ecuatoriano (INAE), Instituto Geográfico Militar (IGM),
Instituto Oceanográfico de la Armada (INOCAR), Instituto Espacial Ecuatoriano (IEE), Instituto Nacional de Biodiversidad (INABIO) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), y diferentes programas con concursos para investigadores ecuatorianos; debido a los hechos anteriormente mencionados, se puede llegar a inferir que existen las instituciones y los medios, ¿entonces cuál es la falla?

Tras un análisis de los hechos y una relación con el diario vivir, se puede deducir que
Un investigador puede tener todo lo adecuado para investigar, pero no lo puede hacer porque debe pasar innumerables procesos burocráticos que agotan al investigador, a más de que se desaprovechan posibles financiamientos, se desperdician oportunidades de modernidad y se pierde tiempo entre permisos, inscripciones de proyectos, formularios, aprobaciones, reevaluaciones, autorizaciones y más enmarañamiento tecnocrático, la investigación ecuatoriana está en decadencia.

La ley vigente exige a las universidades poner el 6 por ciento de su presupuesto para investigación, que ronda entre 3 a 5 millones de dólares por institución, mientras que el Estado gasta más en publicidad (5 millones de dólares), que en las propias investigaciones

Los investigadores que aportan a la producción científica ecuatoriana pertenecen a instituciones públicas, pero su dedicación a la investigación es casi un logro personal incluidos los costos de insumos, la limitación en importación de equipos, reglamentaciones y obstáculos para el acceso a reactivos de investigación, la inexistencia de productos por trabas aduaneras, etc.

EN EL ÁREA DE LA SALUD

En el área de la salud, la carrera de Medicina y sus carreras afines, tienen la obligación de conocer temas pertinentes al área, por lo tanto, la enseñanza debe ser planteada considerando los contenidos más relevantes y la investigación debe ser el componente que complemente ese aprendizaje. El estudiante no debiera ser un banco de datos, sino un ser inquieto, capaz de cuestionar y resolver problemas (Norero V., Colomba. 2000)

Aunque la ley ecuatoriana obligó a las instituciones universitarias a invertir en investigación, el Estado ha tenido un papel pasivo en la producción científica complicando al investigador con trámites y papeleos burocráticos que entorpecen la investigación.

Para medir el desempeño en la investigación científica se pueden considerar aspectos tales como; el número de premios nobel entregados, el número y calidad de las publicaciones realizadas, las citas consideradas por otros autores, además de los registros y patentes. Al considerar los resultados de investigaciones a nivel mundial por ejemplo se puede mencionar que Corea del Sur registra 10 veces más invenciones que toda América Latina. Israel, con menos de 8 millones de habitantes, patenta más hallazgos científicos o artefactos novedosos que 600 millones de latinoamericanos. y Dinamarca: que realiza altos porcentajes de Investigación científica en el área de la salud o relacionada a la seguridad social.

Según datos internacionales Estados Unidos y China son los países que invierten más en ciencia y tecnología, solo los dos países representan el 47% del total mundial, esto significa un 2,7 por ciento y 2,1 por ciento de PIB (Producto Interno Bruto) de cada país respectivamente; Europa invierte el 21% y el resto del mundo llega al 10 % Colombia invierte el 0,23 % y el Ecuador 0,26% según datos de la UNESCO.

En el Ecuador existen políticas públicas por parte de la SENESCYT., además de recursos económicos, fondos nacionales, fondos internacionales, la participación de investigadores de las Universidades y otros actores. Además del Programa Nacional de Financiamiento para Investigación (Inédita)" que fue presentado en el año 2018, con iniciativas de investigación en las áreas de "salud y bienestar; agricultura y ganadería; ambiente, biodiversidad y cambio climático; energía y materiales; desarrollo industrial; territorio y sociedad inclusivos; y tecnologías de información y comunicación", con una inversión de 5,6 millones de dólares, con el fin de acelerar las metas nacionales en la Agenda de desarrollo sostenible 2030.

El 2017 Ecuador ocupó el puesto 66 (entre 230 países) en la producción mundial de artículos científicos, el análisis de esta producción refleja que entre el 15 al 20 por ciento de esta producción es irreal, ya que proviene de asociaciones con otros países, por tanto, la producción propia es baja. En lo referente a publicaciones, en Ecuador, más del 80% de las publicaciones ecuatorianas incluyen colaboración internacional, principalmente con EE.UU., España, el Reino Unido, Alemania, Francia, Brasil y Colombia. Este fenómeno es conocido

por casi la totalidad de investigadores ecuatorianos y determina que la producción científica nacional sea limitada.

Actualmente y según datos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI o WIPO según sus siglas en inglés) del 2018 y principios del 2019, Ecuador se encuentra en el nonagésimo octavo lugar del ranking de Clasificación del Índice Global de Innovación del 2019, ranking que reúne a los expositores con mayor nivel de investigación y desarrollo científico.

En la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de Guayaquil cada semestre ingresa estudiantes que desconocen la importancia de investigar durante el proceso de enseñanza-aprendizaje y su incidencia en su desarrollo académico. En tanto que, en el desempeño de trabajo docente generalmente existe la visión que el aprendizaje debe ser considerado solo desde una visión disciplinar y en muchas ocasiones se deja de lado el aprendizaje integral que incluye investigar para fortalecer el conocimiento de las personas.
La generación de espacios de divulgación científica como las Sesiones Científicas permite desde un medio informal, lúdico, funcional, dentro de los campos específicos son de gran importancia para el crecimiento científico ya que por medio de ellos la comunidad educativa puede Informarse sobre los procesos de investigación, que ayudan a profundizar los nuevos conocimientos científicos, en estos se puede analizar, debatir, confrontar ideas, revelar descubrimientos, es una estrategia de aprendizaje muy útil para desarrollar habilidades investigativas.

Una sesión científica siempre será un aporte a los conocimientos, se puede analizar, debatir, confrontar ideas, revelar descubrimientos, y para su realización se pueden aplicar varias modalidades que incluyen ponencias, meas de análisis, charlas temáticas, foros entre otras. En el nuevo contexto de la educación; el docente debe impulsar la práctica de la investigación ya que la mejor forma de aprender es la experiencia, no basta conocer fórmulas, la experiencia hará al investigador, mientras no se cuente con este recorrido, tan solo seguirá siendo un docente repetidor de las experiencias de otros. “Por eso, el profesor de universidad no es un maestro, ni el estudiante un educando, sino alguien que investiga por sí mismo, guiado y orientado por el profesor. (Juárez R. Alejandro 2011.)

En este sentido es muy importante considerar el panorama actual y fomentar el interés de los estudiantes, más allá de las aulas de clases se debe aportar con motivación que genere cambios profundos en el pensamiento de todos los integrantes de la comunidad educativa sobre todo en el nivel de educación superior. En la investigación científica el estudiante tiene que aprender que esta se inicia con una idea nueva, se estructura como hipótesis, la cual se acepta o rechaza en función de los resultados y culmina con la publicación de los resultados. Debe darse una profunda transformación en el proceso de enseñanza aprendizaje educación científica, en cuanto a qué se debe enseñar, a quiénes y cómo se debería enseñar. Se deben pensar en nuevas propuestas curriculares, en una formación de educadores de ciencias transformadora, y reconocer que la educación científica debe ampliar sus fronteras y tender puentes entre lo que pasa en las aulas, con los escenarios no formales, los clubes de ciencias, museos y espacios de ciencias (González A et al 2016).

El conocimiento científico, se genera en base al desarrollo de la actividad científica, las las Instituciones de Educación Superior, deben orientar hacia investigaciones con pertinencia a

los cambios impuestos por el desarrollo científico, tecnológico y de innovación con responsabilidad social, De forma general se puede definir responsabilidad Social como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido (Dr. D. Óscar J. González.2010.)

Es muy importante recalcar que toda investigación debe ser publicada y para ello es muy importante mencionar que para lograrlo el investigador debe presentar su trabajo en forma escrita, lo que implica que el trabajo de redacción es una condición indispensable en la socialización del conocimiento. El uso de una buena gramática y signos de puntuación, son la clave de un buen escrito, escribir con detalle y coherencia es básico para poder dar a entender un tema de investigación,

Redactar no es solo escribir sino escribir de forma correcta y siguiendo, además, las pautas éticas, que requieren las buenas prácticas en torno a la publicación científica, un escrito científico es el resultado de la preparación de un trabajo basado en resultados obtenidos a base de esfuerzo y dedicación. Todo esto nos recuerda también la importancia de fortalecer un bien lenguaje durante el periodo de formación estudiantil, para transmitir la investigación en forma correcta y que suma la intención comunicativa del autor. Es importante considerar la frase de Roslyn Petlyn “Nada puede hacerle perder credibilidad más rápido, y hacerle ver como un ignorante, que un error de escritura".

La formación de investigadores en educación en América Latina se encuentra precedida por el desarrollo de los campos disciplinarios que abordan a la educación como su objeto de estudio (…) el estado actual de la investigación educativa en los países de la región tiene que enfrentar los cambios que generan los diversos nuevos estudios y aportes científicos. (Rincón, C 2011).

MATERIAL Y METODO

En el presente trabajo utiliza fuentes de consulta Revistas especializadas como Latindex, Scielo, Redalyc, y artículos de revisión, se revisaron 80 artículos de los cuales se escogieron 18 por estar acordes con el presente trabajo.

RESULTADOS

Es la universidad el lugar más indicado para fomentar la actividad científica, ya que posibilita que el claustro se mantenga en contacto con el flujo internacional de conocimiento, a través de los procesos de internacionalización. Esa vía permite enriquecer los sistemas productivos, obtener información actualizada y atraer recursos financieros, así como establecer proyectos científicos de mayor riesgo y retorno potencial. (Norero V., Colomba. (2000).)

Las actividades rutinarias de clase se pueden enriquecer con actividades que involucren a los estudiantes, es un valor agregado a la preparación académica establecida. Se necesita mejorar nuestras estrategias y políticas de formación, investigación, innovación, gestión y financiación, eliminando barreras y prejuicios ideológicos, aprovechando las experiencias de éxito y las oportunidades que ofrece en las nuevas tecnologías (Para Rodríguez Ignacio 2012).

Entre las múltiples actividades que se pueden realizar están varias estrategias como el aprendizaje basado en problemas, ABP o El aprendizaje basado en la investigación ABI, los mismos que se pueden aplicar en forma grupal para que haya mayor participación con aportes de cada integrante. El Aprendizaje Basado en Investigación (ABI) consiste en la aplicación de estrategias de enseñanza y aprendizaje que tienen como propósito conectar la investigación con la enseñanza, las cuales permiten la incorporación parcial o total del estudiante en una investigación basada en métodos científicos, bajo la supervisión del profesor. Hace referencia al diseño del programa académico donde los estudiantes requieren hacer conexiones intelectuales y prácticas entre el contenido y habilidades declarados en el programa, los enfoques de investigación y las fronteras de las disciplinas que lo componen (Tecnológico de Monterrey, 2014).

La motivación es un factor determinante para investigar involucra indagar para descubrir, analizar, examinar información, hechos, evidencia, detalles de un tema, utilizando procedimientos y sistemas adecuados.

En el artículo Investigación e Innovación Educativa se menciona; las reflexiones de Ernest Boyer en las que plantea; es inútil hablar de mejorar la calidad de la enseñanza si no se reconocen los esfuerzos de tantos profesores por mejorar esa calidad; si lo que cuenta es la investigación y no el esfuerzo y el tiempo, que supone conseguir que los alumnos aprendan, no es fácil motivar a los profesores para mejorar sus prácticas docentes y pensar en posibles y con frecuencia necesarias innovaciones. El mensaje alude que además de reconocer al docente por ser un investigador, también se debe dar el tiempo para complementarlo con las actividades docentes cotidianas, pues esta es la mejor manera de aprender para los estudiantes, para potenciar las habilidades en investigación. (Morales, P. 2010.)

En el ámbito de la comunidad educativa universitaria, siempre será productivo el trabajo de investigación, para todos los involucrados, y sería mucho más efectivo si se implementara en los currículos, a lo largo de todas las carreras universitarias. Es urgente, entonces, promover la investigación como recurso para la producción autónoma de conocimientos, lo cual depende no sólo de la creación de experticias y aprendizajes individuales y grupales, sino también de la eficiente gestión y organización de los procesos investigativos. (Padrón, J. 2007).

La ciencia va de la mano con la investigación y la tendencia actual del mundo es llevar adelante investigación que sea de utilidad pública, más todavía cuando se trata de investigación en biomedicina. Las instituciones deben apoyar no solo la formación académica teórica, sino el entrenamiento en los puntales de la investigación como son los conceptos de las ciencias básicas y la estadística, mecanismo mediante el cual se presenta o se establece la relevancia de un estudio médico o científico, sin importar el área en que se lo ha desarrollado (Ruiz Juan Carlos, M. (s.f.).).

La realidad en los países en vías de desarrollo como el Ecuador, más allá de los esfuerzos y el trabajo realizado, es que aún queda una tarea pendiente, pues los esfuerzos aislados, no dan los frutos deseados, posiblemente porque falta unificarlos y coordinar un proceso articulando, partiendo de ideas, propuestas, financiamiento, apoyo, socializando la información y haciendo más accesibles las vías para concretar proyectos, sin desmerecer las intenciones de iniciativa de todos los grupos que pretendan involucrarse en la ciencia y la

innovación, Recordando que el progreso, la tecnología, la sociedad, la historia, la cultura, la economía, la educación, la salud y la calidad de vida de las personas están involucrados de forma directa o indirecta con la investigación.

CONCLUSIONES

Luego del análisis realizado sobre este tema se puede concluir que la investigación favorece el progreso y desarrollo de las sociedades, en el ámbito económico y generando progreso.

Se evidencia que a pesar de los esfuerzos realizados, desde el Gobierno, se necesita mayor motivación dirigida a las nuevas generaciones, se necesita más infraestructura y equipamiento, en las IES ecuatorianas, por lo que la investigación sigue en pañales, se deben establecer fuertes bases que generen una cultura de investigadores y las Instituciones de Educación Superior deben ser los que impulsen este cambio, incluyendo a la investigación dentro de las mallas curriculares, como un eje transversal a lo largo de la formación académica.

Varios autores realizan aportes y reflexiones sobre este importante tema, sin embargo, en el país, esto se queda en un buen discurso, se observa poco protagonismo, en los estándares de publicación en relación a otros países.

La investigación es una herramienta muy importante que proporciona nuevos conocimientos y genera nuevas interrogantes, constituye una parte integral del proceso de formación de profesionales en un país.

Para lograr socializar el conocimiento de una investigación se debe trabajar también en fortalecer el lenguaje para que los trabajos presentados sean bien redactados y esto se logra con una buena redacción científica.

Las Instituciones de Educación Superior tienen la misión de impulsar cambios necesarios a través de múltiples estrategias y técnicas que permitan motivar a los estudiantes hacia la investigación, para impulsar el crecimiento académico, en el proceso de enseñanza aprendizaje. El impulso que se debe dar a la investigación debe iniciarse con profundas modificaciones en los currículos de todas las carreras profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

Bijarro, Francisco (2007): "Desarrollo estratégico para la investigación científica", Cancún,<www.eumed.net/libros-gratis/2007c/306/306.zip> [15/08/2016].

Castillo Vargas Andrés Dr. Importancia de la divulgación en la comunicación científica académica Instituto de Investigaciones Psicológicas Escuela de Psicología Universidad de Costa Rica http://www.ebci.ucr.ac.cr/sites/default/files/descargables/castillo_vargas_andres_importancia_de_la_divulgacion_en_la_comunicacion_cientifica_academica.pdf

González Argotea Javier, Alexis Alejandro García-Rivero B y Alberto Juan Dorta-Contreras Articulo Original Producción Científica Estudiantil en Revistas Médicas Cubanas 1995-2014. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Medicina Disponible en Internet 2 de marzo de 2016 Inv Ed. Med.2016;5(19):155---163 file:///c:/Users/uf/Downloads/s2007505716000247_S300_es.pdf

Óscar J González Alcántara 2010 La Responsabilidad Social en Las Universidades Españolas Editor Dr. D. Óscar J. González Alcántara, Dr. D. Ignacio Fontaneda González, Dr. D. Miguel Ángel Camino López, Da. Araceli Antón Lara

GOMEZ, J. ; DIEGUEZ, P.; GOMEZ 2014 Motivando el interés por la investigación científica en estudiantes de educación media superior Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación D ISBN: 978-84-7666-210-6 – Artículo 353 Buenos Aires Argentina Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México. file:///C:/Users/uf/Downloads/353.pdf

Juárez Rolando Pablo Alejandro Profesor Titular. Cátedra Fisiología Humana. FOUNNE Reflexiones sobre la Cultura Científica y Tecnológica desde el enfoque CTS. Revista Facultad de Odontología ISSN Nº 1668-7280 | Opinión | Vol. IV | Nº 1 | 2011 . file:///C:/Users/uf/Downloads/989-2706-1-PB.pdf

Mazuera Arias, Rina, La investigación y las revistas científicas. Revista Virtual Universidad Católica del Norte [en linea] 2016, (Febrero-Mayo) : [Fecha de consulta: 8 de agosto de 2019] Disponible en:<http://qwww.redalyc.org/articulo.oa?id=194244221001> ISSN 0124-5821

Medina, D. E. M., & Morales, N. A. (2014). Importancia del cambio generacional para el desarrollo de la ciencia y la tecnología en México. *Hitos de ciencias económico administrativas*, (50), 35-40.

Molina, Ó. D. (2015). La transferencia de conocimiento científico y tecnológico: un reto que deben afrontar las universidades. *Portal de la Ciencia*, *8*, 9-15.

Morales, P. (2010). INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EDUCATIVA. REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 8 (2), 47-73. https://www.redalyc.org/pdf/551/55114080004.pdf

Norero V., Colomba. (2000). Medicina y ciencia: una relación indispensable. Revista chilena de pediatría, 71(2), 81-82. https://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062000000200001 https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0370-41062000000200001

Padrón, J. 2007. Tendencias epistemológicas de la investigación científica en el Siglo XXI. Cinta de Moebio: Revista de Epistemología de Ciencias Sociales Cinta moebio 28: 1-28 PDF VENEZUELA. http://www.moebio.uchile.cl/28/padron.html

Rincón Ramírez Carlos LA FORMACIÓN DE INVESTIGADORES EN EDUCACIÓN: RETOS Y PERSPECTIVAS PARA AMÉRICA LATINA EN EL SIGLO XXI Universidad Autónoma de Chiapas, Revista Iberoamericana de Educación (ISSN: 1681-5653) México **file:///C:/Users/uf/Downloads/595Rincon.pdf**

Ruiz Juan Carlos, MD Hospital de SOLCA-GUAYAQUIL REVISTA ECUATORIANA DE MEDICINA CRITICA. VOL 2 NUM 2 EDITORIAL http://www.medicosecuador.com/medicina_critica/rev_vol2_num2/la_investigaciona.html

Para Rodríguez-Santana 2012 El Modelo de Futuro de Gestión de la Salud, opuestas Para Un Debate Editorial Visión Libros, Ignacio Para Rodríguez-Santana

Tecnológico de Monterrey, 2014 http://sitios.itesm.mx/va/diie/tecnicasdidacticas/7_1.htm http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/abi/qes.htm

Universia México. (2016). La importancia de la investigación en las tareas universitarias. Recuperado de https://noticias.universia.net.mx/cultura/noticia/2016/11/04/1145206/importancia-investigacion-tareas-universitarias.html

Padrón, J. 2007. Tendencias Epistemológicas de la Investigación Científica en el Siglo XXI Cinta de Moebio 28: 1-28 www.moebio.uchile.cl/28/padron.html http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/28/padron.pdf

Ruiz Juan Carlos, M. (s.f.). LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN EL ECUADOR. Mèdicina Crìtica, II(2). Obtenido de http://www.medicosecuador.com/medicina_critica/rev_vol2_num2/la_investigaciona.html

012. LAS COMPETENCIAS DIGITALES EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

Erika Ascencio Jordán
Magíster en Educación Informática, Ingeniería en Computación y Ciencias de la Informática, Coordinadora Académica y docente de la Facultad de Ingenierías en la Universidad Ecotec, email: eascencio@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Los estudiantes de hoy en día pertenecen a una generación desarrollada alrededor de entornos digitales; los entornos digitales constituyen un ecosistema cultural y tecnológico que a través de múltiples dispositivos permiten el acceso a información, comunicación y entretenimiento. Este permite fluidez, conectividad, interactividad, accesibilidad. El uso de las competencias digitales orientado a la educación permite que el proceso de enseñanza aprendizaje sea efectivo, por lo tanto, es necesario que los estudiantes posean un adecuado nivel de competencia digital. La competencia digital es una de las ocho competencias clave y se refiere al uso seguro y crítico de la gama completa de las tecnologías digitales para la información, comunicación y resolución de problemas básicos en todos los aspectos de la vida.

Este artículo parte de una definición de competencia, luego competencia digital y su afectación en el proceso de enseñanza aprendizaje. Analiza también, el nivel de conocimiento de las habilidades digitales que los estudiantes poseen, a través de una encuesta aplicada a 150 estudiantes que cursan materias de informática, de la Universidad Ecotec. Dicha encuesta busca medir el conocimiento sobre las TIC, manejo de dispositivos, herramientas y servicios TIC. Entre los principales hallazgos se puede apreciar que los estudiantes utilizan TIC desde diferentes edades y desde allí se preparan para desarrollar habilidades digitales, también que existen quienes desde temprana edad tienen contacto con dispositivos tecnológicos, conviviendo en un contexto en donde las computadoras e Internet llegan a casa como una necesidad.

Las **competencias** se pueden definir como la capacidad, real y demostrada, para realizar con éxito una actividad de trabajo específica.

“Las competencias son un enfoque para la educación y no un modelo pedagógico” (Tobón, Rial, & Carretero Díaz, 2006). Según Tobón, éstas se focalizan en tres aspectos específicos. El primero, la integración de los conocimientos, los procesos cognitivos, las habilidades y los valores, ante los problemas. El segundo, el diseño de programas de formación con base en los requerimientos contextuales. Por último, la orientación de la educación por medio de estándares e indicadores de calidad en todos sus procesos.

El enfoque de competencias implica cambios y transformaciones profundas en los diferentes niveles educativos, y seguir este enfoque es comprometerse con una docencia de calidad, buscando asegurar el aprendizaje de los estudiantes.

La **competencia digital** se define como el uso seguro de las Tecnologías de la Sociedad de la Información para el trabajo, el ocio y la comunicación.

Supone un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y estrategias que se requieren para el uso de los medios digitales y de las tecnologías de información y comunicación.
La competencia digital se apoya en las habilidades del uso de ordenadores para recuperar, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información y para comunicar y participar en redes de colaboración a través de Internet" (RECOMMENDATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF , 2006). El uso de las tecnologías en el proceso educativo implica que los docentes obtengan conocimientos técnicos y didácticos para su implementación efectiva.
La competencia digital es considerada una de las ocho competencias clave necesarias para la Formación a lo Largo de la Vida.

Para ser digitalmente competente se necesita desarrollar una serie de conocimientos, destrezas y actitudes organizadas en torno cinco grandes áreas:
La información, alfabetización informacional y el tratamiento de datos: identificar, localizar, recuperar, almacenar, organizar y analizar información digital, evaluar su finalidad y relevancia.
La comunicación y colaboración: comunicar en entornos digitales, compartir recursos en línea, conectar y colaborar con otras personas mediante herramientas digitales, interactuar y participar en comunidades y redes; conciencia intercultural.

La creación de contenido digital: crear y editar nuevos contenidos (textos, imágenes, videos), integrar conocimientos y reelaborar contenidos previos, realizar producciones artísticas, contenidos multimedia y programación informática, saber aplicar los derechos

La seguridad: protección personal, protección de datos y de la identidad digital, uso de seguridad, uso seguro y sostenible

La resolución de problemas: identificar necesidades y recursos digitales, tomar decisiones para seleccionar las herramientas digitales apropiadas según la necesidad o finalidad, resolver problemas conceptuales y técnicos a través de medios digitales, uso creativo de la tecnología, actualizar la competencia propia y la de otros.

Es importante recalcar que establecer estas competencias digitales no se logra de la noche a la mañana, sino que es necesario alcanzar habilidades relacionadas con éstas herramientas además de una actitud crítica en la creación y utilización de contenido. Asimismo, los estudiantes deben aprender a utilizar y ser creativos con las herramientas digitales y los medios de comunicación en diferentes campos temáticos, teniendo en cuenta las consideraciones específicas de algunas materias. Las aplicaciones informáticas de carácter multimedia incorporadas a las aulas aportan grandes ventajas, dadas sus múltiples funciones, desde la gran capacidad de almacenamiento y de acceso a todo tipo de información, hasta la posibilidad de representar modelos de sistemas inaccesibles. Con la llegada de las TIC, y sobre todo con Internet, los materiales didácticos y los demás recursos de apoyo a la educación se han multiplicado de manera exponencial y han mejorado sus prestaciones, facilitando la contextualización de los contenidos y un tratamiento más personalizado de los alumnos, así como una mayor autonomía y calidad en sus aprendizajes, ya que además de facilitar información, canales de comunicación e instrumentos de productividad para un mejor proceso de la información, actúan como instrumentos cognitivos que pueden apoyar y expandir su capacidad de pensamiento.

En la Sociedad en la que actualmente nos encontramos, son muchos los jóvenes que utilizan las TICs, sin que nadie les haga conscientes de las ventajas e inconvenientes que dichas tecnologías pueden tener para ellos. En este sentido, cabe destacar algunos de los recursos digitales que podemos encontrar desde portales que proporcionan una herramienta al profesorado para trabajar acerca de los beneficios y riesgos derivados del uso de las TIC. Se trata de contenidos digitales en los que se fomenta la reflexión ante situaciones reales en torno a lo adecuado e inadecuado del uso de las TIC, acerca de precauciones que debemos tomar al utilizar dichas tecnologías ante situaciones en las que se puede poner en juego la seguridad por un mal manejo de las tecnologías.

Recientemente se han desarrollado tecnologías de aprendizaje basadas en la colaboración y la interacción social que pueden mejorar la calidad del aprendizaje. Sin embargo, este potencial sólo se desarrollará con la aplicación de las metodologías adecuadas y la selección, por parte de los docentes, de las actividades que integren el aprendizaje activo.

Los estudiantes, al ingresar a las universidades, presentan muchas de las características de una generación digital, pues, de acuerdo con (Regil, 2015) los estudiantes universitarios consideran que, a través de las TIC, tienen acceso a las principales fuentes de información académica, además de ser la plataforma de sus prácticas sociales y comunicativas. Es decir, es una generación de jóvenes que está vinculada estrechamente a las tecnologías. A pesar de estas características, tal y como lo señalan (Escofet, Alabart, & Vilá, 2008), es un reto para los estudiantes incorporar las TIC en sus actividades académicas al ingresar a las universidades: por las múltiples potencialidades que ofrecen en la construcción de conocimiento nuevo, al igual que por los hábitos erróneos, difíciles de vencer, de reproducir la información sin aplicar algún criterio.

Una vez aplicada la encuesta de 27 preguntas se puede constatar que la mayoría de estudiantes conoce sobre competencias digitales, que tal vez en algunos casos contestan no conocerla porque son tecnologías para complementar aprendizaje.

		Si	No
1	Conozco el significado de TIC	80	70
2	Manejo computadores	150	0
3	Manejo cámara fotos digital	150	0
4	Manejo cámara vídeo digital	150	0
5	Manejo smartphone	100	50
6	Manejo tablet	60	90
7	Manejo lector e-Book	40	110
8	Manejo GPS	120	30
9	Manejo herramientas ofimáticas	100	50
10	Manejo herramientas de edición	120	30
11	Manejo herramientas búsqueda y documentación	150	0
12	Manejo herramientas trabajo colaborativo	125	25
13	Manejo herramientas organización del tiempo	45	105
14	Manejo herramientas comunicación	75	75
15	Manejo herramientas para la formación	30	120
16	Manejo herramientas almacenamiento nube	50	100
17	Manejo redes sociales	150	0
18	Utilizo Twitter	100	50
19	Utilizo Facebook	150	0
20	Utilizo WhatsApp	150	0
21	Utilizo Internet para publicar y compartir fotos. Videos	130	20
22	Utilizo Internet para publicar y compartir presentaciones	110	40
23	Utilizo Internet para publicar y compartir audio	110	40
24	Utilizo chat, comunicación, videoconferencia	90	60
25	Utilizo la nube	100	50
26	TIC ayudarán economizar esfuerzo/trabajo académico	130	20
27	TIC ayudarán economizar esfuerzo/trabajo profesión	130	20

Tabla resultados

Se evidencia además que las aplicaciones de comunicación rápida y redes sociales son muy conocidas entre el grupo de jóvenes, sin embargo, el uso de la nube informática no es una competencia de todo el grupo.

Esta encuesta se aplicó a un grupo de estudiantes, sin embargo, la competencia digital debe transmitirse no sólo a los docentes, sino también a directores y padres. Se necesita un decidido apoyo del equipo directivo y compromiso de la comunidad educativa, para lograr un mejor aprovechamiento de recursos y conseguir un aprendizaje.

Estas competencias digitales conllevan el trabajo con **pizarras digitales** interactivas (PDI) con un ordenador multimedia conectado a Internet, un video proyector y un tablero interactivo. Su funcionalidad consiste en proyectar sobre una pantalla situada en un lugar relevante del aula cualquier tipo de información procedente del ordenador, de Internet o de cualquier otro dispositivo analógico o digital conectado al sistema: antena de televisión, video proyector, cámara de vídeo, cámara lectora de documentos. Por lo tanto, permiten compartir información entre todo el grupo clase. **Aulas informáticas**, con un número variable de ordenadores (generalmente entre 10 y 20, a menudo conectados en red local), siguen siendo un elemento

imprescindible en los centros. Actualmente, y con el fin de que el alumnado pueda integrar mejor el uso del ordenador en las actividades que se realizan en clase, se experimenta la introducción de ordenadores portátiles en las aulas de clase. Muchas instituciones invierten en convenios que proveen que laptop o ipad con software educativos que permite reforzar contenidos de clases.

Además de las aulas informáticas, cada vez se requerirán más espacios para el trabajo autónomo y en grupo de los estudiantes, ya que en consonancia con los nuevos currículos de marcado carácter aplicativo, sus horarios cada vez contemplarán más tiempos dedicados a esta labor dentro de la escuela. Estos espacios, con mesas para trabajo en grupo, ordenadores y conexiones a Internet, requieren la asistencia de un monitor, no necesariamente un docente, que pueda asegurar el orden y resolver pequeños problemas.

Teniendo en cuenta los elementos anteriores cabe destacar la necesidad de una conectividad suficiente. El aumento en el número de ordenadores, pizarras digitales interactivas, mediatecas, salas de estudio, etc. en los centros educativos implica unas necesidades de conexión a Internet superiores. Un ancho de banda suficiente mejora en gran medida la utilización de recursos externos. Pero para que la integración de las TIC sea adecuada y duradera es necesaria una buena coordinación técnico-pedagógica que asesore “in-situ” al profesorado cuando lo requiera y un buen servicio de mantenimiento de las TIC, de manera que para el profesorado los recursos TIC se conviertan en algo tan transparente y fiable como un libro, un bolígrafo o un teléfono.

Así, la experiencia que desarrollan los jóvenes que conviven en la generación digital se configura a través de los dispositivos que les han permitido estar altamente motivados con la utilización de las TIC; de tal forma que se han familiarizado con nuevos ambientes, los cuales ofrecen otras alternativas para aprender.
En el ámbito particular de la educación, es factible suponer que los estudiantes están predispuestos a utilizar las TIC en las actividades de aprendizaje y estudio que las universidades y la enseñanza pueden ofrecer.
En la revisión de los resultados se puede detectar:

- Que los estudiantes al ingresar a la universidad ya traen conocimiento del uso de las TIC.
- Que las habilidades digitales que tienen los estudiantes son de distintos dominios y su desarrollo depende de distintos aspectos.
- Muchos han usado la computadora desde edades tempranas (niñez)
- Este grupo no necesariamente aprendió a utilizar las TIC en escuelas o colegios, sino con la experiencia y actividad diaria.
- Antes de utilizar las TIC como medio para lograr aprendizaje, solo la usaban para ocio.

CONCLUSIONES

La competencia digital debe ser una prioridad en lo que a las estrategias de aprendizaje permanente se refiere, ya que las TIC se están convirtiendo en un elemento cada vez más importante para el ocio, el aprendizaje y el trabajo en todos los ámbitos.

Su inclusión en el currículo oficial evita que sea una facultad de algunos estudiantes y pase a convertirse en un elemento a alcanzar por todos, al finalizar la escolarización obligatoria. Son numerosas las ventajas que ofrecen las TIC, aunque no podemos olvidar que también conllevan algunos riesgos, por lo que su integración en las aulas debe darse de manera global y desde la Educación Infantil, con el objetivo de que los estudiantes manejen las herramientas digitales de manera crítica, con confianza y creatividad, pero también con atención a la seguridad y privacidad. La multitud de aplicaciones y materiales accesibles en la actualidad hace necesaria una reflexión sobre sus posibilidades, que facilite el uso y aprovechamiento de cada uno de ellos en función de su potencial. Los cambios que se están produciendo en las aulas exigen también un cambio en la formación docente inicial y permanente, que permita su capacitación y mejora profesional. La creación de comunidades virtuales y plataformas educativas son de gran ayuda en la contribución a la evolución y desarrollo educativo.

Toda innovación exige capacidad, saber hacer y querer, por lo que lograr que los alumnos alcancen la competencia digital deseada exige un esfuerzo de toda la comunidad educativa. En este sentido hemos destacado los recursos materiales que se deben facilitar a los centros, junto con otros recursos personales y funcionales. En la actualidad, el concepto de competencia digital se reforma con la aparición y el uso de nuevas herramientas de informática social, que dan lugar a nuevas habilidades relacionadas con la colaboración, intercambio, apertura, reflexión formación de la identidad, y también a los desafíos tales como la calidad de la información, confianza, responsabilidad, privacidad y seguridad. Como las tecnologías y sus usos evolucionan, con ellos surgen nuevas habilidades y competencias y, por tanto, el enfoque de la competencia digital debe ser dinámico y revisarse regularmente.

Las universidades, desde su diseño curricular y puesta en práctica, deben contribuir de forma creativa a la conformación de un perfil profesional con características tecnológicas, derivado del desarrollo de habilidades digitales que hoy en día son necesarias y aplicables en todas las profesiones y disciplinas.
las TIC generan la obligación de repensar para innovar las formas tradicionales en que se realizan los procesos de enseñanza y aprendizaje en las universidades, en atención a las formas actuales en que los jóvenes poseen y desarrollan habilidades digitales.

BIBLIOGRAFÍA

RECOMMENDATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF . (2006). On Key Competences for lifelong learning. *Official Journal of the European Union*.

ALA-MUTKA, K., PUNIE, Y., & REDECKER, C. (2008). Digital Competence for Lifelong Learning. *European Commission, Institute for Prospective Technological Studies*.

ANDERSON, J. (2010). ICT Transforming Education. *A Regional Guide. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)*.

Escofet, A., Alabart, A., & Vilá, G. (2008). Enseñar y aprender con TIC en la Universidad.

GARCÍA., A., & GONZÁLEZ, L. (n.d.). *Uso pedagógico de materiales y recursos educativos de las TIC: sus ventajas en el aula.* Universidad de Salamanca.

González Bello, E. (2018). Habilidades digitales en jóvenes que ingresan a la universidad: realidades para innovar en la formación universitaria. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo, 8*(16).

Hymes, D. (1996). Acerca de la competencia comunicativa. Forma y Función, 9. (D. d. Lingüística, Ed.)

Regil, L. (2015). Habilidades digitales académicas en educación superior. . *XXX Simposio Internacional de TIC en Educación*.

Tobón, Rial, & Carretero Díaz. (2006). Competencias, calidad y educación superior. Bogotá: Editorial Magisterio.

Tobón, S. (2006). Las competencias en la educación superior. Políticas de calidad.

013. ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS

Autores:

Glenda Blanc P. Universidad Tecnológica ECOTEC, Docente Tiempo Completo, Coordinadora de Información y Estadística, Magister en Administración de Empresas, Doctorando de Ciencias de la Educación, gblanc@ecotec.edu.ec

Giraldo León. Universidad Tecnológica ECOTEC, Docente Tiempo Completo, Doctor en Ciencias de la Educación, gleon@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo describe una experiencia universitaria cuyos objetivos son delimitar las competencias digitales que poseen los profesores universitarios, conocer sus percepciones sobre las ventajas y limitaciones del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el proceso enseñanza aprendizaje, conocer la frecuencia de uso de las diferentes herramientas digitales propuesta para el quehacer de la docencia. A través de un cuestionario se evaluó a 122 profesores de la Universidad Tecnológica ECOTEC, del periodo académico semestre 2 - 2019. De las conclusiones extraídas, los profesores expresan la falta de tiempo para implementar estrategias didácticas innovadoras y la falta de formación en recursos informáticos como herramientas educativas que sumen valor a la práctica educativa cotidiana.

Palabras Claves

Competencia digital, plataforma virtual, herramientas asincrónicas, aprendizaje colaborativo en línea.

Abstrac

This article describes a university experience whose objectives are to delimit the digital competences that university professors possess, to know their perceptions about the advantages and limitations of the use of Information and Communication Technologies in the teaching-learning process, to know the frequency of use of the different digital tools proposed for the teaching task. Through a questionnaire, 126 professors from the ECOTEC Technological University were evaluated, from the academic period semester 2 - 2019. From the conclusions drawn, the professors express the lack of time to implement innovative didactic strategies and the lack of training in computer resources such as educational tools that add value to everyday educational practice.

Keywords

Digital divide, asynchronous tools, virtual platform, collaborative online learning

1. INTRODUCCIÓN

Las necesidades de aprendizaje del actual estudiante requieren otras formas de enseñar, por tanto, las competencias del profesor estarán condicionadas por los estilos y necesidades de los estudiantes, además se debe considerar los avances tecnológicos que los profesores deben considerar en implementar en el desarrollo de las clases ya que el estudiante actual es nativo digital y exige acciones formativas apoyadas en el uso de las tecnologías. En este sentido se delinea al profesor, con determinadas competencias, fundamentalmente de orden tecnológico, capaz de hacer frente a las nuevas situaciones de aprendizaje con las Tecnologías de Información y Comunicación.

LAS TIC EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Las TIC han facilitado a un gran número de estudiantes universitarios el acceso a la información, y han modificado significativamente el proceso de enseñanza-aprendizaje, según Santiago, Caballero, Gómez y Domínguez (2013) manifiestan que el uso de las TIC en el aula se relaciona con varios factores, entre los que se destaca el manejo de recursos informáticos.

El dominio de las TIC por parte de los profesores es solo un paso inicial, ya que la esencia consiste en incorporar los aportes de las TIC para poner en marcha nuevas estrategias de aprendizaje que sumen valor a la práctica educativa cotidiana En relación a lo anterior, Salinas (2004) sostiene que las instituciones educativas están comprometidas en revisar sus referentes actuales y promover experiencias innovadoras en procesos de enseñanza-aprendizaje apoyados en las TIC. En este terreno las Universidades convencionales se enfrentan a dificultades asociadas a la capacidad de flexibilización de su estructura organizacional.

Para Rodés (2011), resulta fundamental ofrecer modelos organizativos de integración de TIC como insumo para la toma de decisiones y la planificación en las Universidades, estableciendo niveles de liderazgo institucional desde la perspectiva de los actores, de modo que la innovación tenga carácter apropiado a la idiosincrasia y estilo institucional, en esta misma línea está de acuerdo con Lasnier (2000), competencia es un saber hacer complejo, producto de la integración, movilización y adecuación de las capacidades y habilidades y de conocimientos que usados en situaciones parecidas no generalizables permiten la consecución de los objetivos.

Para Marín, Vázquez, Llorente y Cabero (2012), la necesidad de capacitación se refleja en los conocimientos y utilidades de las herramientas TIC que el profesor tiene a su alcance, en consecuencia, se puede generalizar la necesidad de una formación específica en determinadas herramientas como los sistemas de e-learning y de videoconferencia.

COMPETENCIA DIGITAL

Según Mulder, Weigel & Collings (2008), el concepto de competencia es multidimensional y su desarrollo depende del contexto esto lo confirma Zabala & Arnau (2008) definen competencia como “la capacidad o habilidad para efectuar tareas o hacer frente a situaciones diversas de forma eficaz en un contexto determinado y para ello es necesario movilizar percepciones, habilidades y conocimientos de forma interrelacionada”.

En España, el proyecto denominado “Edu22” define cuatro competencias generales e imprescindibles en el perfil del profesorado. La primera competencia se enfoca en la planificación, preparar el tema, la metodología y el material didáctico antes de cada clase. La segunda se relaciona con el saber actuar y ejecutar las actividades propuestas en el aula. La tercera involucra saber interactuar y contextualizar el aprendizaje. La cuarta se refiere a garantizar el éxito y bienestar profesional a través de la toma de decisiones y la gestión de su trabajo (Fundación Siglo22, 2014).

De igual manera, Cabrero, Enríquez, Serrano & Beltrán (2008) explican que una de las formas o vías de comunicación es la tecnología. Por ello, la necesidad de mantener una formación continua que les permita desarrollar competencias transversales como la digital, para incorporar en el aula nuevas formas de aprender.

Instituto Nacional de Tecnología Educativa y de Formación del Profesorado [INTEF], 2017 define la Competencia Digital de la siguiente manera:

> “La Competencia digital implica el uso crítico y seguro de las Tecnologías de la Sociedad de la Información para el trabajo, el tiempo libre y la comunicación. Apoyándose en habilidades TIC básicas: uso de ordenadores para recuperar, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información, y para comunicar y participar en redes de colaboración a través de Internet” (p.8).

INTEF (2017) resume las competencias digitales en cinco áreas:

1) Área de Información y Alfabetización Informacional;
2) Área de Comunicación y Colaboración;
3) Área de Creación de Contenido Digital;
4) Área de Seguridad.; y
5) Área de Resolución de Problemas.

El punto de partida no es la tecnología digital, sino la capacidad, compromiso y predisposición para interactuar, compartir, participar y colaborar, como lo expone tambien Núñez (2016) en cinco de las competencias indispensables en torno al manejo de las TIC para el docente: 1) Encontrar y evaluar el contenido web y su calidad, 2) usar herramientas de trabajo online, 3) utilizar marcadores sociales, 4) enseñar mediante infografías y 5) utilizar dispositivos móviles en el aula.

Por ultimo Sánchez y Ruiz (2017) expresan que el uso de marcadores sociales es de gran utilidad para los docentes y estudiantes, ya que por medio de ellos pueden realizar una lista de enlaces sobre temas de interés y de esa manera también propiciar la valoración, credibilidad, interés y calidad de la información, además los dispositivos móviles en el aula, ya sea Tablet o teléfonos inteligentes, propician el desarrollo de las inteligencias múltiples y estilos de aprendizaje, siempre y cuando sean utilizados como algo más que un instrumento de envío y recepción de contenidos (De la Nuez & Sánchez 2014).

BRECHA DIGITAL ENTRE ESTUDIANTE Y PROFESOR

Un adecuado nivel de conocimiento permitirá al profesor eliminar, en la medida de lo posible, la brecha digital; mejorando las prácticas educativas y alcanzando el desarrollo profesional del profesor, bajo estos antecedentes, Gómez & Cano (2011) mencionan que un factor

importante que influye en las dimensiones de las competencias digitales, al indicar que, si el profesor posee una percepción favorable hacia el uso de las TIC, Cruz (2014) afirma que la introducción de cualquier tecnología en el proceso de enseñanza-aprendizaje depende en cierto grado de la predisposición y percepción favorable del profesor, con una capacitación adecuada para la incorporación en su práctica profesional, caso contrario, se evidenciará una percepción desfavorable y falencias en sus competencias digitales.

2. METODOLOGIA

El objetivo del presente estudio es conocer y analizar la competencia básica de los profesores de la Universidad Tecnológica ECOTEC en el uso de las TIC en los procesos de enseñanza. Para estos fines, se contó con una población total de 208 profesores, se conformó una muestra representativa de carácter exploratoria de 122 profesores de las distintas facultades, se utiliza una técnica de muestreo aleatorio simple y se aplica la fórmula para poblaciones finitas, a partir de la fórmula de Sierra (1998). Ésta muestra fue diseñada con un 95% de confiabilidad, 6% de error y una p=0.5 y q=0.5, siendo estos 59 mujeres y 64 hombres, con edades comprendidas entre 28 años a 70 años.

INSTRUMENTO: Para la recogida de datos se aplicó un cuestionario que consta de 16 preguntas estructuradas en los siguientes apartados:

Bloque 1: Información general ítems que se refieren a la recopilación de la información general de los profesores participantes en el estudio, como son: (1) genero, (2) edad, (3) facultad a la que pertenece, (4) tiempo de dedicación, (5) categoría y (6) años de docencia

Bloque 2: Ventajas y limitaciones del uso de las TIC en el proceso enseñanza aprendizaje, conocer las actitudes de los mismos relacionadas con la colaboración en la mejora de la organización de los medios y los recursos tecnológico, las preguntas fueron: (7) De las siguientes opciones marca las que consideras (máximo tres) como ventaja más significativas de las TIC en el proceso de enseñanza aprendizaje, (8) De las siguientes opciones marca las que consideres (máximo tres) como limitaciones más significativas de las TIC en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Bloque 3: Conocimiento del uso de las TIC del profesor, las preguntas fueron: (9) Indica la opción que corresponda en cada uno de los ítems siguientes: (10) Indique la opción que corresponda en cada uno de los ítems siguientes: (11) En el momento de elegir un recurso TIC para el aula ¿cuál es la importancia que le darías a los siguientes factores? (12) ¿Encuentras problemas a la hora de implementar las TIC en la función docencia? (13) ¿Consideras que la universidad le está formando correctamente para el uso de las TIC? (14) Podrías comentar brevemente cómo has adquirido sus conocimientos y competencias relativas al uso de las TIC en el aula

Bloque 4: Frecuencia de uso de herramientas tecnológicas en el aula la integración de las TIC al proceso de enseñanza-aprendizaje, las preguntas fueron: (15) Indica la frecuencia de uso de las siguientes herramientas. (16) Indica la frecuencia de uso con fines académicos las siguientes redes sociales.

PROCEDIMIENTO

Se contactó por email con los profesores que conformaban la población, explicándoles el proyecto de investigación y solicitándoles su colaboración llenando el cuestionario, al cual podían acceder mediante la dirección web https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeliSoAmCpILXmEY3WgVZuy8J0baV5dQdhKEYl8zot1Zbv15A/viewform?vc=0&c=0&w=1, utilizando la aplicación Google Form, y los resultados fueron posteriormente volcados y tratados mediante el programa de análisis IBM SPSS Statistics versión 23, atendiendo a las pautas establecidas por diferentes autores (Bogdan & Biklen, 1992; Miles & Huberman, 1994):

3. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS.

La muestra estuvo conformada por 122 profesores participantes con las siguientes características: dominan profesores menores de 50 años, las profesoras representan el 52%. El 51% de los profesores participantes tienen trabajando en la universidad entre 2 a 15 años. En la Tabla 1 se puede apreciar detalladamente las características generales de la muestra.

Tabla 1: Datos generales de los profesores

Genero	Porcentaje
Hombre	48.1
Mujer	51.9
Total	**100.0**

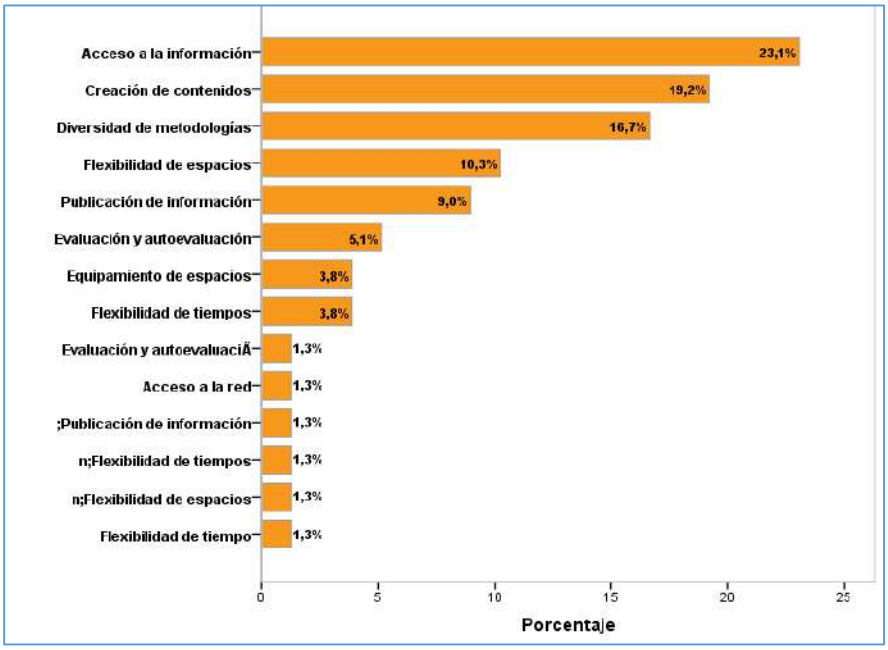
Edad	Porcentaje
Entre 28 a 40 años	40.7
Entre 41 a 50 años	44.4
Mayores a 50 años	14.8
Total	**100**

Año de docencia	Porcentaje
Entre 11 a 15 años	25.9
Entre 2 a 5 años	25.9
Entre 6 a 10 años	22.2
Mayor a 15 años	25.9
Total	**100.0**

Unidad Académica	Porcentaje
Facultad Ciencias Económicas y	33.3
Facultad Ingenierías	23.3
Facultad Derecho y Gobernabilidad	20.2
Facultad Marketing y Comunicación	13.0
Facultad Turismo y Hotelería	10.2
Total	**100.0**

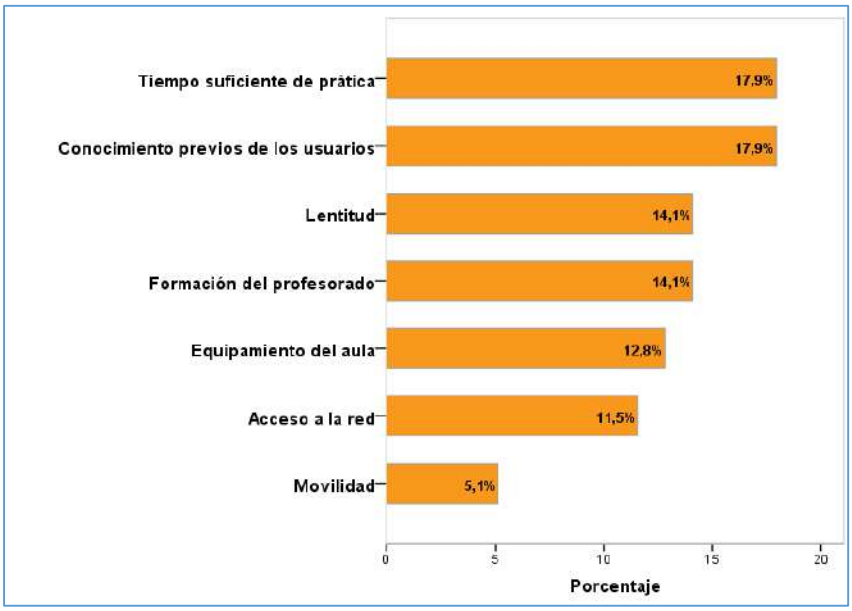
Fuente: Encuesta aplicada

Grafico 1. De las siguientes opciones marca las que consideras (máximo tres) como ventaja más significativa de las TIC en el proceso de enseñanza aprendizaje.



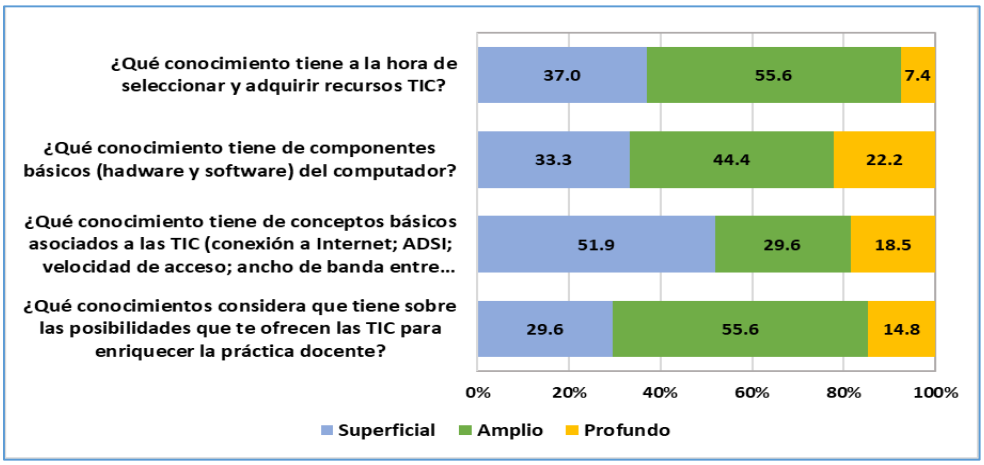
Como se aprecia en el grafico 1, el 60% de los profesores consideran que las ventajas más significativas de las TIC son: acceso a la información, creación de contenidos y diversidad de las metodologías, esto indica como muy importante que el profesor de universitario participe activamente en propuestas de mejora y que permiten una mayor calidad de la enseñanza en el aula.

Grafico 2. De las siguientes opciones marca las que consideres (máximo tres) como limitaciones más significativas de las TIC en el proceso de enseñanza aprendizaje.



De acuerdo a las limitaciones de las TIC los profesores consideran que no existe tiempo suficiente para revisar todas las bondades que tienen las herramientas informáticas para la enseñanza y además que les falta capacitación, esto representa el 36%.

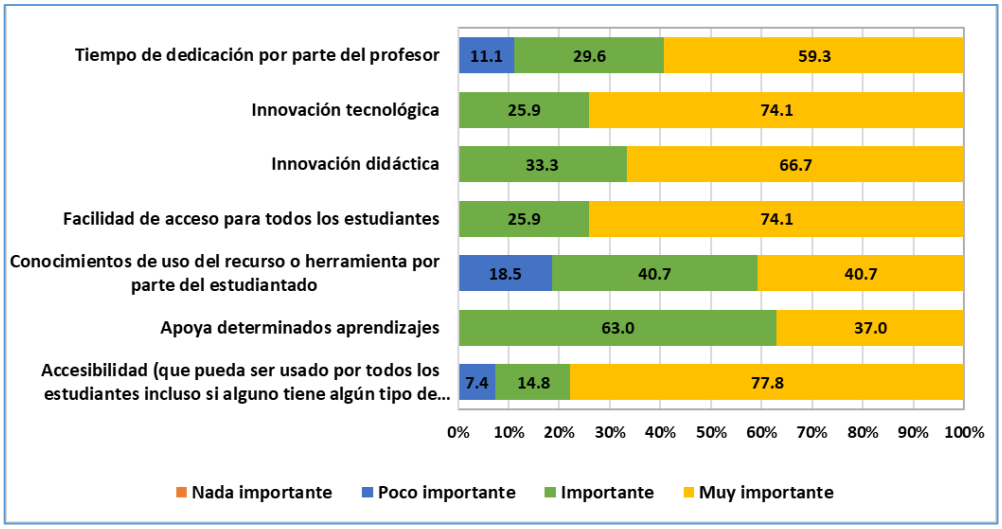
Grafico 3. Indique la opción que corresponda en cada uno de los ítems siguientes sobre la percepción de conocimiento sobre las TIC.



El 93% de los profesores tienen conocimiento superficial y amplio a la hora de seleccionar y adquirir recursos de TIC, además consideran que estos recursos ayudan a enriquecer la práctica docente, alrededor del 20% de los profesores tienen conocimiento profundo sobre

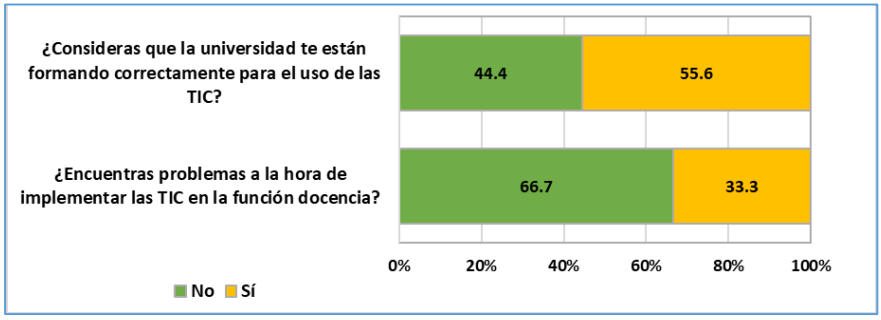
componentes hadware y software, así como ancho de banda, velocidad de acceso, entre otros términos técnicos de las TIC.

Grafico 4. En el momento de elegir un recurso TIC para el aula ¿cuál es la importancia que le darías a los siguientes factores?



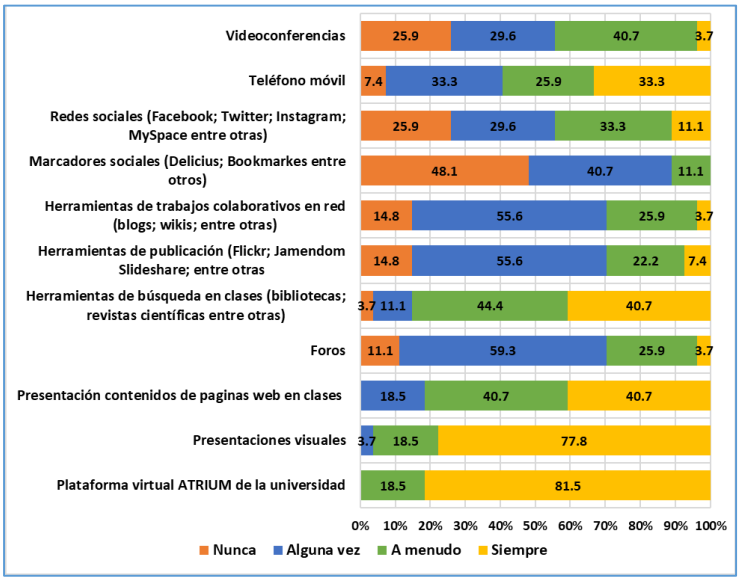
Considerando ahora de manera global las 7 opciones para elegir el recurso TIC son muy importante el tiempo, la innovación tecnológica y didáctica, así como el acceso a estos recursos, esto representa el 70% de los profesores, quedando como menos importante el conocimiento de uso del recurso TIC y si este recurso ayuda algún determinado aprendizaje.

Grafico 5. ¿Consideras que la universidad le está formando correctamente para el uso de las TIC?



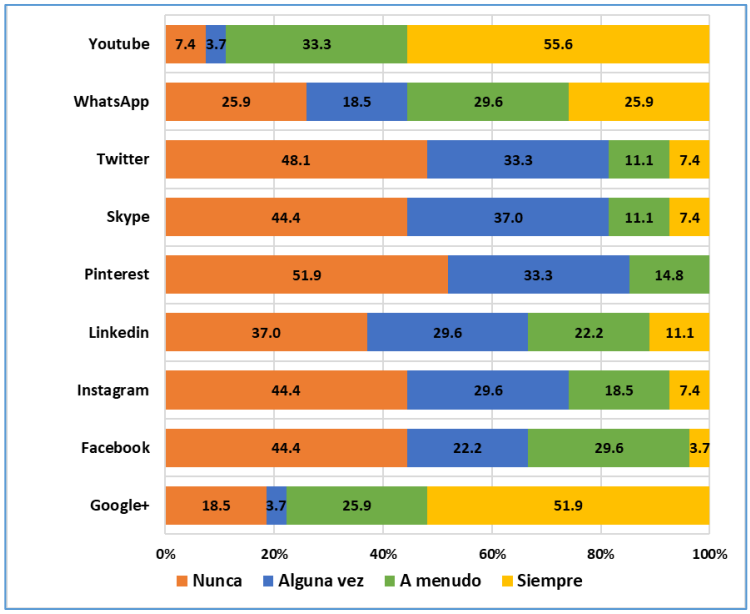
Comparando el dominio y la necesidad del profesorado en conocimiento en el manejo de recursos de las TIC, el 55% indica que la universidad ECOTEC lo está formando, lo que confirma que a la hora de implementar las TIC el 67% no encuentra problemas.

Grafico 6. Indica la frecuencia de uso de las siguientes herramientas



La universidad Tecnológica Ecotec tiene la plataforma virtual ATRIUM donde se evidencia que 8 de cada 10 profesores utilizan la plataforma, y el 77% de los profesores utilizan presentaciones visuales.

Grafico 7. Indica la frecuencia de uso con fines académicos las siguientes redes sociales



Los profesores manifiestan que la red social más utilizada para sus actividades pedagógicas es youtube y google +, seguido de whatsapp. Aunque utilizan otras redes lo hacen con menos frecuencia, es el caso de linkedin, twitter, Skypee Instagram, como se detalla en el grafica 6.

4. CONCLUSION

Los resultados más representativos evidencian que los profesores consideran importante que se adquiera conocimiento del uso de las TIC para implementar en el aula para que exista más interacción y comunicación en el aula utilizando herramientas informáticas con los estudiantes nativos digitales. Otro aspecto fundamental para el profesor es dominar las destrezas y habilidades sociales necesarias para fomentar un clima que facilite el proceso de aprendizaje-enseñanza.

La brecha generacional entre estudiantes (nativos digitales) y profesores (inmigrantes digitales), hace obligatorio que los profesores reciban capacitaciones de parte de las instituciones de educación superior las competencias digitales para que se adapten a estos nuevos entornos educativos.

De acuerdo a la información recogida, los profesores dan poco uso a las redes sociales para apoyar su gestión académica y lo indica poca interacción entre estudiantes y profesores, sin embargo, si las redes sociales son utilizadas adecuadamente se convierten en espacios innovadores para promover nuevas formas de desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La universidad Ecotec debe realizar acciones de sensibilización, motivación y formación para el uso de las TIC en la enseñanza para lograr incrementar las competencias digitales de los profesores.

BIBLIOGRAFÍA

Herrera, A. M. (2015). Una mirada reflexiva sobre las TIC en Educación Superior. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 17(1), 1-4. Recuperado de http://redie.uabc.mx/vol17no1/contenido-lopezmoya.html

Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF) Departamento de Proyectos Europeos. (2017) Marco Común de Competencia Digital Docente. Recuperado de: http://educalab.es/documents/10180/12809/Marco +competencia +digital+docente+2017/afb07987-1ad6-4b2d-bdc8-58e9faeeccea.

Cabrero, B. G., Enríquez, J. L., Serrano, E. L., & Beltrán, M. R. (2008). Modelo de evaluación de competencias docentes para la educación media y superior. Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa, 1(3), 124-136.

García, B., Serrano, E. L., Ponce Ceballos, S., Cisneros-Cohernour, E. J., Cordero Arroyo, G., y Espinosa Díaz, Y. (2018). Las competencias docentes en entornos virtuales: un modelo para su evaluación. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 21(1), pp. 343-365. doi: http://dx.doi.org/10.5944/ried.21.1.18816

Gómez, J. y Cano, J. (2011). El pensamiento docente y su influencia en la implantación de las TIC en el aula: Desafíos y oportunidades. Contextos educativos, volumen (14), 67-83. Recuperado de: file:///C:/Users/Dell-I3/Downloads/DialnetElPensamientoDocenteYSuInfluenciaEnLaImplantacionD-3762809.pdf

Lasnier, F. (2000). Réussir la formation parcompétences. Montreal: Guerin.

Marín, V., Vázquez, A.I., Llorente, M.C. & Cabero, J. (2012). La alfabetización digital del docente universitario en el Espacio Europeo de Educación Superior. Edutec: Revista Electrónica de Tecnología Educativa, 39,1-10. Recuperado de http://edutec.rediris.es/ Revelec2/Revelec39/pdf/Edutece_39_Marin_Vazquez_Llorente_Cabero.pdfCabero, J. (2011). La competencia digital del profesorado: Un estudio en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Sevilla: Fortic DC Lasnier, F. (2000). Réussir la formation par compétences. Montreal: Guerin.

Miles, M. Y Huberman, A.M. (1984). Qualitative data analysis. A source book of new methods, Beverly Hills, Sage (1994). "Data management and analysis methods", en Denzin y Lincoln (eds.), Handbook of cualitative research, Londres, Sage Publication.

Mulder, Martin; Weigel, Tanja; Collings, Kate (2008). El concepto de competencia en el desarrollo de la educación y formación profesional en algunos Estados miembros de la UE: un análisis crítico Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado, vol. 12, núm. 3, 2008, pp. 1-25 Universidad de Granada Granada, España

Núñez, A. (2016). 5 competencias digitales básicas en la educación. TICbeat. Recuperado de:http://www.ticbeat.com/educacion/5-competencias-digitales-profesores/

Prendes Espinosa, M.P., Martínez Sánchez, F. y Gutiérrez Porlán, I. (2017). Competencia digital: una necesidad del profesorado universitario en el siglo XXI. RED Revista de Educación a Distancia, 56. Consultado el (dd/mm/aaaa) en http://www.um.es/ead/red/56/prendes_et_al.pdf.

Rodés, V. (2011). Análisis de procesos de cambio tecnológico y organizacional para la integración de TIC en la universidad de la república. XIII Congreso Internacional de Educación a Distancia CREAD/MERCOSUR/SUL 2009-UDEC. Santiago de Chile.

Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. Revista universidad y sociedad del conocimiento, (RUSC), 1(1), 1-16.

Sánchez, J. y Ruiz J. (2017). Los marcadores sociales. Recuperado de: http://tecnologiaedu.uma.es/materiales/web20/archivos/cap8_marcadores_sociales.pdf

Santiago Benítez, Gisela; Caballero Álvarez, Rebeca; Gómez Mayén, Diana; Domínguez Cuevas, Atenea (2013). El uso didáctico de las TIC en escuelas de educación básica en México Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México), vol. XLIII, núm. 3, 2013, pp. 99-131 Centro de Estudios Educativos, A.C. Distrito Federal, México.

Vera Noriega, José Ángel; Torres Moran, Lilia Elisa; Martínez García, Edgar Emmanuel (2014). Evaluación de competencias básicas en tic en docentes de educación superior en México. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, núm. 44, enero, 2014, pp. 143-155 Universidad de Sevilla, Sevilla, España

Zabala, A. y Arnau, L. (2008). 11 Ideas clave: como aprender y enseñar competencias. Barcelona España: Ed. Graó, 4ª reimpresión.

UNESCO. (2015). Reporte Anual 2015, Santiago. Chile. Recuperado de: http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002447/244732s.pdf

014. DISEÑO DE SEGMENTACION Y OPTIMIZACION DE ANCHO DE BANDA SOBRE LA RED LOCAL DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC

Autores:

Ing. Jimmy Fernández Noboa
Mgtr. Johanna Navarro Espinosa

RESUMEN

El presente artículo refleja los resultados de un proyecto de investigación en la Universidad ECOTEC. El objetivo es diseñar un esquema de segmentación y optimización de ancho de banda para la red LAN de dicha institución. Como metodología se utiliza la encuesta para la recolección de datos y la herramienta advanced ip scanner para monitorizar el comportamiento y conexiones autorizadas y no autorizadas en la red. Entre los principales hallazgos se encuentra que existe percepción de lentitud y poca calidad en el servicio de internet principalmente en la red wifi que utiliza la comunidad universitaria, que no está relacionado a la cantidad de ancho de banda que dispone la institución, ni con los equipos de comunicación instalados. Como parte de la propuesta se incluyen mejoras tecnológicas que permitirán realizar la gestión y control de los recursos de la institución, mejor distribución y optimización del servicio de internet, teniendo en cuenta diversos factores como la disponibilidad del servicio, tiempos de conexión y cantidad de usuarios conectados, así como el crecimiento futuro de la institución educativa.

ABSTRACT

This article reflects the results of a research project at the ECOTEC University. The objective is to design a bandwidth segmentation and optimization scheme for the LAN network of said institution. The methodology used is the survey for data collection and the advanced ip scanner tool to monitor authorized and unauthorized behavior and connections on the network. Among the main findings is that there is a perception of slowness and poor quality in the internet service mainly in the Wi-Fi network used by the university community, which is not related to the amount of bandwidth available to the institution, nor to the equipment of communication installed. As part of the proposal, technological improvements are included that will allow the management and control of the institution's resources, better distribution and optimization of the internet service, taking into account various factors such as service availability, connection times and number of users connected, as well as the future growth of the educational institution.

INTRODUCCIÓN

Una infraestructura tecnológica aporta mucho a la educación. En sus inicios permitió aislar la escuela de las cuatro paredes convencionales para formar parte de la nueva sociedad del conocimiento, en donde los estudiantes y docentes tiene mayor acceso a la información, incrementando las posibilidades de cooperación y colaboración con sus pares, científicos e investigadores, ofreciendo la posibilidad de conformar redes de conocimiento. En este contexto las infraestructuras tecnológicas no son sólo un recurso más en las instituciones educativas, sino en algunos casos el escenario para la educación del futuro (Adell, 1998).

Una adecuada infraestructura tecnológica o de red debe constar con políticas de seguridad bien delineadas, normas y estructuras que vayan de acuerdo a los estándares establecidos y previo a un análisis de riesgos que permita identificar las posibles amenazas que atentan contra los recursos de la red y la información, asignar una valoración del impacto que tendría en la organización la materialización de la amenaza y el nivel de seguridad que debería implementarse.

La universidad ECOTEC cuenta con un ancho de banda bastante interesante que interconecta sus sistemas de información, permite la comunicación interna y externa, además de ofrecer conectividad a toda su comunidad universitaria. Sin embargo, el uso del servicio de internet no cuenta con restricciones (relacionadas a su uso), con un filtrado web limitado, y sin una segmentación de la red adecuada que permita balancear el consumo del servicio, permitiendo total disposición a los usuarios. Además, se evidencia el consumo no autorizado en las distintas áreas del establecimiento como lo son laboratorios y bibliotecas, disminuyendo la productividad del área administrativa y centro de cómputo.

Por lo anteriormente expuesto, el objetivo de esta investigación es diseñar un esquema que proporcione mayor organización en los segmentos de red de la Universidad ECOTEC, otorgando un mayor nivel a la seguridad de la información utilizando mecanismos que permitan direccionar el ancho de banda hacia las distintas áreas, restringiendo los puertos necesarios y bloqueando los accesos no autorizados.

REVISIÓN TEÓRICA

Una infraestructura tecnológica refiere a un conjunto de dispositivos y equipos tecnológicos que se encuentran conectados en una organización, y que tiene por objetivo compartir recursos e información, en definitiva, proporcionar diferentes servicios de comunicación y conectividad a los sistemas informáticos de una organización, conservando los principios de la seguridad de la información tales como la integridad, confidencialidad y autenticidad.

Las redes WAN son en su mayoría utilizadas por grandes empresas para su propio uso, mientras que otros son utilizados por proveedores de servicio de internet para ofrecer el servicio a clientes minoritarios. Las computadoras conectadas a través ésta red generalmente se encuentran enlazados a través de redes públicas tales como el sistema telefónico, sin embargo, también pueden valerse de satélites y otros mecanismos" (Informatica Hoy, 2013). Las WAN conectan múltiples LAN entre sí a través de grandes distancias geográficas, utilizando diversas velocidades que varías según el costo de las conexiones. Funcionan a

través de routers que pueden elegir la ruta más apropiada para que los datos lleguen a un nodo de la red” (CCM Benchmark, 2012).

La infraestructura tecnológica de una organización también se conoce como red LAN de esa organización, que permite interconexión de varios ordenadores y periféricos. Es la red más utilizada a nivel de organizaciones debido a la interacción entre computadores y dispositivos de red, permitiendo compartir recursos e intercambiar información (IntelWorks, 2011). Ethernet es un estándar de transmisión de datos para redes de área local (CCM Benchmark, 2012), precedido por Gigabit ethernet como protocolo de acceso al medio. Sin embargo, no basta solo con aumentar el ancho de banda, también se debe tener en cuenta otros puntos para obtener una red altamente eficiente (Asenjo, 2006).

El ancho de banda se define como la cantidad de información que puede fluir a través de una conexión de red en un periodo dado, entre sus principales características se puede mencionar que es recurso finito, con costo para quien lo contrata y en los últimos años se ha convertido en necesidad en la sociedad de la información (Asenjo, 2006).

Una infraestructura tecnológica se involucran dispositivos de red necesarios para establecer las comunicaciones, como es el caso de los routers que permiten asegurar el direccionamiento de paquetes o determinar la ruta que debe tomar un paquete de datos. Cuando un usuario accede a una URL, el cliente hace la consulta al servidor de dominio el cual le muestra la dirección IP del equipo consultado. El computador envía dicha información al router más cercano quien determinara el envío de datos al siguiente equipo a través de la mejor ruta disponible (CCM Benchmark, 2012). También, existen router inalámbricos que censa los equipos activos y distribuye la información por los canales disponibles evitando el tráfico de la red (Telecom.net, 2011).

Los routers de capa 3 permiten la creación de VPN (redes virtuales privadas) y segmentación de la red, que de acuerdo con Wingwit (2012) es la división de una red privada en varias sub direcciones, cada uno se comporta como conjunto formando una red de área local. El objetivo principal es que los segmentos estén todos bajo la misma administración, en la cual se puede optimizar y compartir recursos, o asignar diversos privilegios o evitar desperdicio de direcciones ip en un segmento dado (CISCO, 2012). Todos los dispositivos basados en TCP/IP deben poseer una dirección IP para acceder a la red y sus recursos, a través del servicio DHCP el proceso se automatiza y administra de forma centralizada. (Microsoft Corp., 2013)
Otro dispositivo de red son los firewalls, puede ser un hardware o software que comprueba la información procedente de Internet o de una red, bloqueando o permitiendo el paso de dicha información al equipo dependiendo la configuración realizada (Microsoft Corp., 2015). Estos dispositivos son icono de seguridad en una organización, protegen la red de diversos ataques provenientes del exterior, e impide que softwares malintencionados obtengan acceso a la red y se distribuyan en su interior (Universidad Nacional Autonoma de México, 2013).

Generalmente, entre las características de los firewalls se encuentra el poder controlar los sitios a los que se accede desde una organización, esto se conoce como filtrado web que de acuerdo con Tech target (2013),permite que una empresa o usuario individual pueda bloquear páginas y sitios que pueden incluir publicidad, contenido adulto, virus, entre otros, con el objetivo de reducir la navegación recreativa por internet en un ambiente laboral asegurando

la red de amenazas basadas en la web, algunos incluyen servicios como informes de administración, bloqueo de advertencia etc. (TechTarget, 2013).

METODOLOGÍA

Para la presente investigación se utilizarán los tipos de estudios exploratorios, descriptivo y correlacional. Según Sampieri & Férnandez (2014), los estudios *exploratorios* se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, de cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes; *Descriptivos* porque buscan especificar las propiedades, características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que someta a un análisis y *correlacionales* cuando asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población, tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular.

Se utilizará como método de recolección de datos la encuesta, que según Galan, (2006) permite obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones y sugerencias. El tipo de encuesta es estructurada y está enfocadas a la calidad de servicio de la red, direccionadas hacia los estudiantes y personal administrativo que se encuentran en la Universidad ECOTEC. El uso de este instrumento permitirá determinar las condiciones actuales en las que se encuentra el uso de la red y el tráfico de datos de la institución y será el punto de partida de la nueva propuesta.

De acuerdo con Hérnandez, Férnandez, & Baptista (2014), el Universo o población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, y por su parte Pérez (2007) indica que es el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas. En este caso, la investigación estará dirigida a dos tipos de poblaciones: Personal administrativo- docente y estudiantes. La Muestra es el subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población" (Hérnandez, Férnandez, & Baptista, 2014). De acuerdo con la fórmula empleada para la obtención de la muestra, la cantidad de estudiantes que se debía encuestar era 68, así como 38 personas del área docente y administrativo, como se aprecia en la ilustración 15.

$$n = \frac{PQN}{\frac{(N-1)E^2}{K^2} + PQ}$$

n: Tamaño de muestra
N: Población
E: Margen de error
K: Constante de corrección del error =2
PQ: Varianza =0.25

Estudiantes		Docentes	
N	120	N	60
E	8%	E	10%
K	2	K	2
PQ	0,25	PQ	0,25
	68		38

Figura 1. Fórmula de obtención de la muestra

Adicionalmente, se utilizó una herramienta FREE que analiza la red de la Universidad ECOTEC y muestra todos los dispositivos que están conectados o que ocupan una dirección en la red, éste software se llama ADVANCED IP SCANNER, una solución rápida y fiable para la exploración de redes (Advanced IP Scanner, 2013).

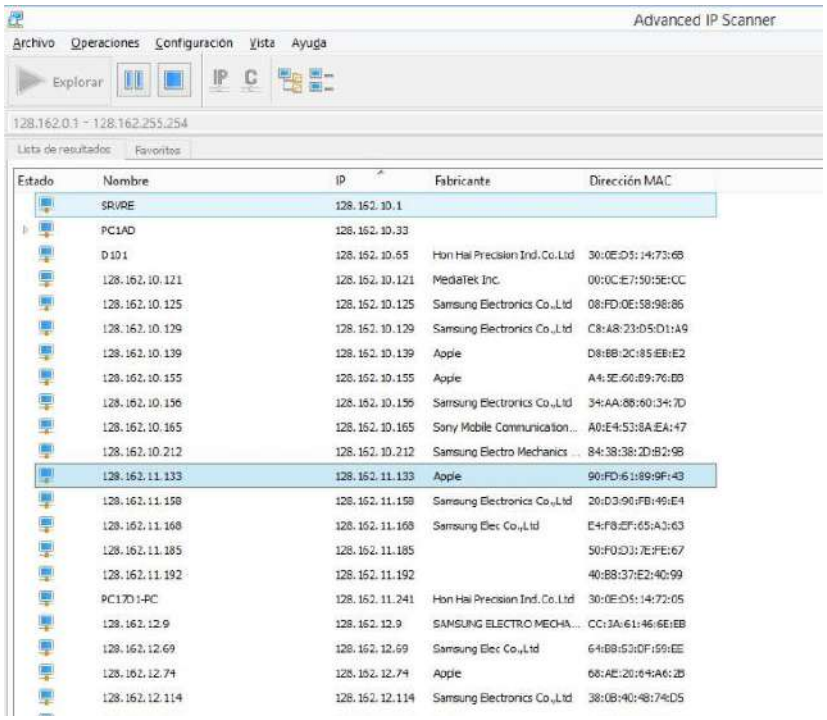


Figura 2. Herramienta Advanced Ip Scanner

RESULTADOS

Se tuvo la participación de 70 estudiantes y 30 docentes de la Universidad ECOTEC, en la cual se utilizó la encuesta con preguntas abiertas y cerradas, selección múltiple, donde se muestran los resultados en una tabla con el detalle y porcentaje de la información recopilada.

1.- De manera general ¿A qué red de la Universidad ECOTEC se conecta con más frecuencia?

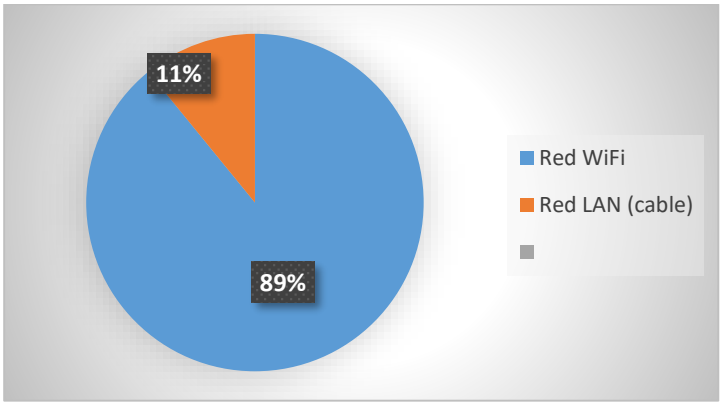


Figura 3. Método de conexión

2.- ¿Con qué frecuencia accede al servicio de internet de la Universidad ECOTEC?

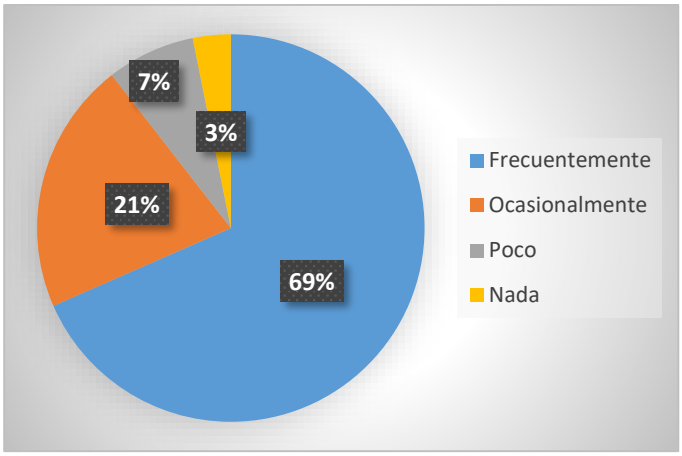


Figura 4. Acceso a servicio de internet

Como se observa el 89% de los encuestados utilizan el servicio de wifi, conectándose de forma frecuente en un 69% y ocasionalmente en un 21%.

3.- ¿Cómo calificaría usted la calidad de servicio de internet en la Universidad ECOTEC?

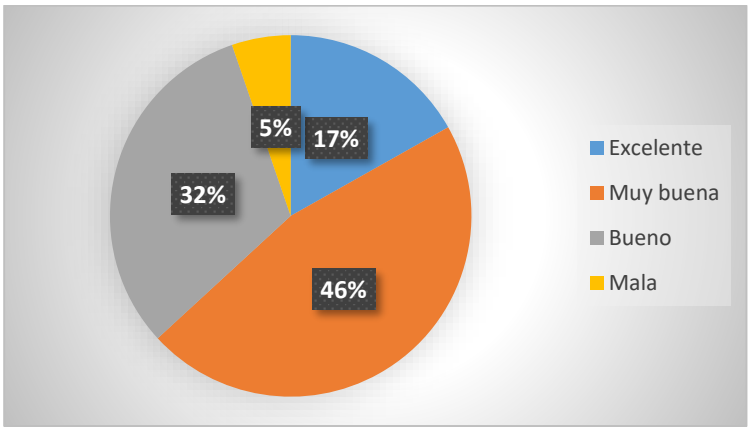


Figura 5. Calidad servicio de Internet

El 46% de los encuestados expresan que la calidad de servicio es muy buena y un 32% indica que es bueno. La percepción de no contar con un servicio excelente se debe a que en horas pico existen mayor cantidad de usuarios conectados y por ende se experimenta lentitud en el servicio, y esto se da al no existir una adecuada segmentación de la red donde se distribuya el ancho de banda de acuerdo a las necesidades, y se sustenta en la figura 6.

4.- ¿En algún momento ha experimentado lentitud en el servicio de internet que ofrece la Universidad ECOTEC?

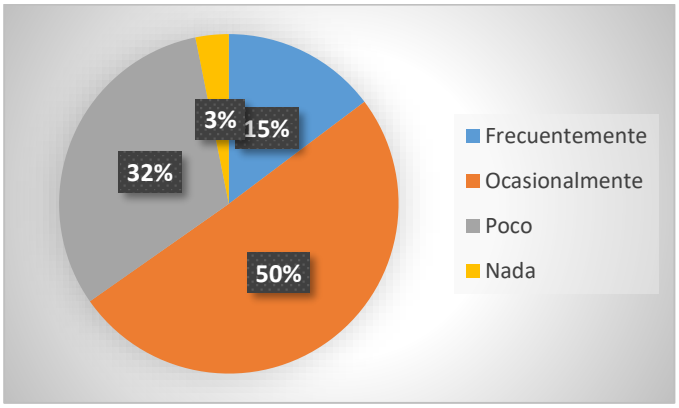


Figura 6. Percepción de la calidad del servicio

5.- ¿Cuánto tiempo le toma cargar o descargar información hacia alguna aplicación que utilice ubicada en la nube?

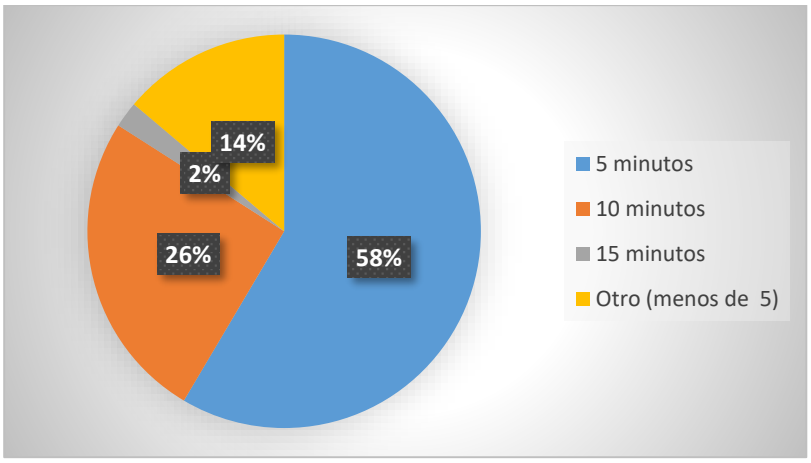


Figura 7. Tiempo para descargas

El tiempo promedio de conexión a un servicio en la nube es entre 5 y 10 minutos según el 84% de los encuestados. Esto se debe a que la institución invierte en mantener un buen ancho de banda para el uso de la comunidad universitaria, que se ve opacado en los momentos donde hay multiplican los usuarios conectados traduciéndose en disminución de la calidad del servicio. Los servicios académicos y entretenimiento son los sitios más visitados por los usuarios como se observa en la figura 8.

6.- Cuando usted utiliza el servicio de internet de la Universidad ECOTEC ¿Cuáles son los sitios que usted más visita?

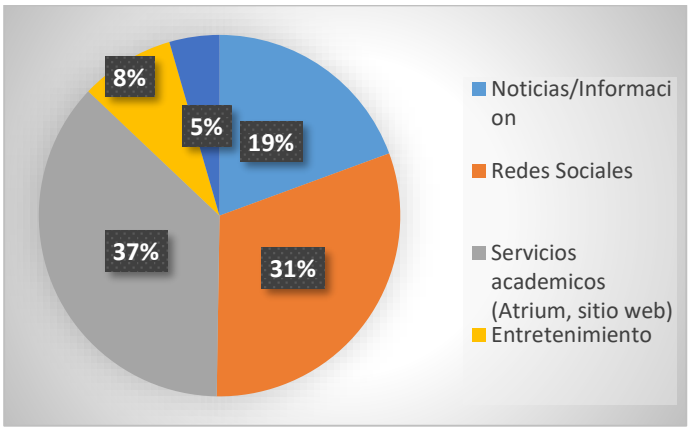


Figura 8. Sitios más frecuentemente visitados

La Universidad ECOTEC posee usuarios diversos como son estudiantes, visitantes, personal administrativo y docente, que utilizan en diferentes el servicio de internet para el desarrollo de sus actividades. Sin embargo, en el caso de los estudiantes debería preguntarse ¿si requieren todo el tiempo estar conectados a la red wifi? ¿En qué lugares o sectores del campus es necesario esta conexión? . Existen mecanismo de optimización de la red, en donde el 92% (ver figura 7) de los encuestados está de acuerdo en que se implemente, así como la utilización de un servicio de filtrado web que impida el acceso a sitios no permitidos o no adecuados por el entorno unversitario, en donde un 53% se encuentra de acuerdo (ver figura 8).

7.- ¿Considera usted que la red de la Universidad ECOTEC tenga que segmentarse para una mayor organización de dispositivos tecnológicos y a su vez, sirva para la optimización de su ancho de banda?

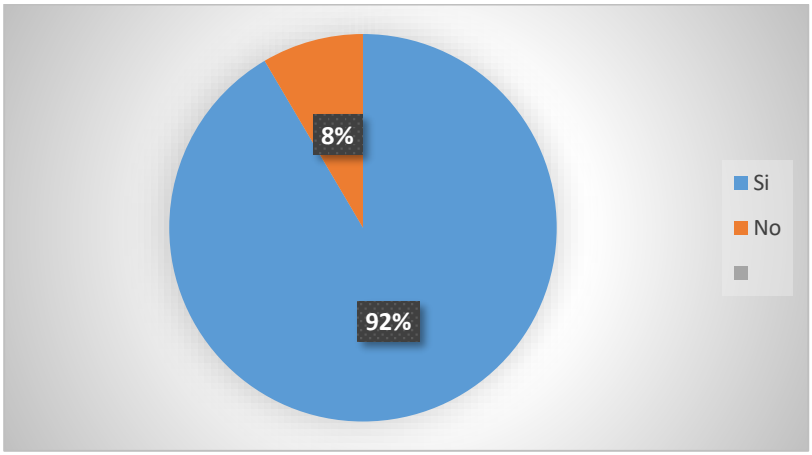


Figura 9. Opinión relacionada a la segmentación de la red

8.- ¿Considera usted que se deba realizar un filtrado de páginas web más estricto en algunos lugares de la Universidad ECOTEC?

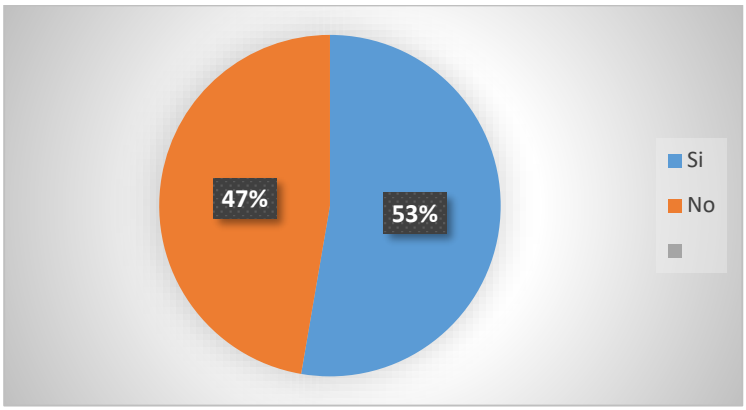


Figura 10. Opinión relacionada a filtrado de páginas

9.- ¿Considera usted que el servicio de internet y seguridad mejoraría, si se utilizara un sistema de autenticación por usuario y contraseña para conectarse a la red WIFI?

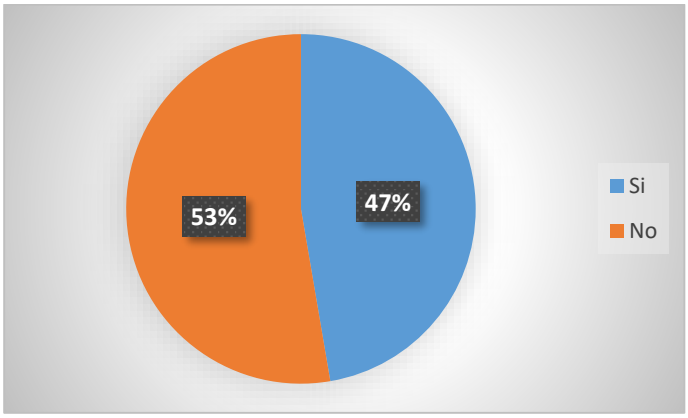


Figura 11. Opiniones en la forma de conexión a la red

Se puede observar que solo el 47% está de acuerdo con la implementación de servicios de autenticación, y el 53% está en desacuerdo. Esto puede deberse a que se considera un obstáculo el acceder al servicio de internet a través de un usuario y contraseña.

10.- ¿Hay algún comentario que le gustaría aportar sobre su experiencia de servicio de internet que no le hayamos preguntado en esta encuesta? Si es así, por favor díganos de que se trata.

Entre las respuestas con más frecuencia se encuentran los siguientes puntos:

- Mayor cantidad de puntos de red LAN - WLAN
- Mayor velocidad de internet
- Baja señal WiFi
- Mala conexión WiFi en ciertos puntos de la universidad
- Perdida de conexión en ciertos puntos de la universidad
- Mayor cobertura WiFi
- Lentitud de servicio en Internet
- Ampliar la cantidad de usuarios conectados en cada punto.

- Seguridad de páginas web en laboratorios
- Disponibilidad de velocidad en rango de horas

PROPUESTA DE SEGMENTACIÓN DE RED

Las VLAN son redes separadas que se pueden comunicar mediante un router, de la misma manera que las sub redes por lo que, a cada VLAN se asignará una sub-red, como respaldo a la administración mediante direccionamiento IP. En el puerto 1 corresponderá a la *VLANusuarios* se asignará las subredes con rango de dirección 192.168.30. x hasta 192.168.33.x para biblioteca, laboratorios y estaciones de trabajo, contemplando porcentajes de escalabilidad. La *VLANsrv* corresponderá a los servidores en su totalidad, sean virtuales o físicos, quedarán alojados en el segmento de red 192.168.40.x, por su parte, la VLANwifi en el que se asigna el rango de direcciones 192.168.34.x 192.168.35.x y 192.168.36.x donde tendrá una disponibilidad de 762 direcciones para conexión y el cual servirá para todos los dispositivos inalámbricos que se conecten. Adicional se asignará el rango de dirección 192.168.37.x a la VLANvoip donde tendrán 254 direcciones disponibles para telefonía como se aprecia en la tabla

Tabla 1.. Esquema de Vlans y subredes

VLAN	**# de equipos**	**Sub red**	**Rango de direcciones**	**Asignación**
USUARIOS	200	192.168.30.0 192.168.33.0	192.168.30.{1-254} 192.168.31.{1-254} 192.168.32.{1-254} 192.168.33.{1-254}	Biblioteca Laboratorios Laboratorios Estaciones de trabajo
SRV	20	192.168.40.0	192.168.40.{1-254]	Servidores
WLAN	150	192.168.34.0 192.168.35.0 192.168.36.0	192.168.34.{1-254] 192.168.35.{1-254] 192.168.36.{1-254}	Dispositivos Wifi
VOIP	20	192.168.37.0	192.168.37.{1-254]	Central telefónica

Fuente: Elaboración propia

En la nueva propuesta de estructura de red, se elabora un diseño que se proyecta a futuro, contemplando un óptimo funcionamiento para los siguientes años, considerando que la institución está en constante cambio tanto permanentes como temporales, preparada para un crecimiento de la red y contando con equipos que trabajen a altas velocidades, mejorando los servicios ya existentes como video conferencias y futuras aplicaciones que se integren.

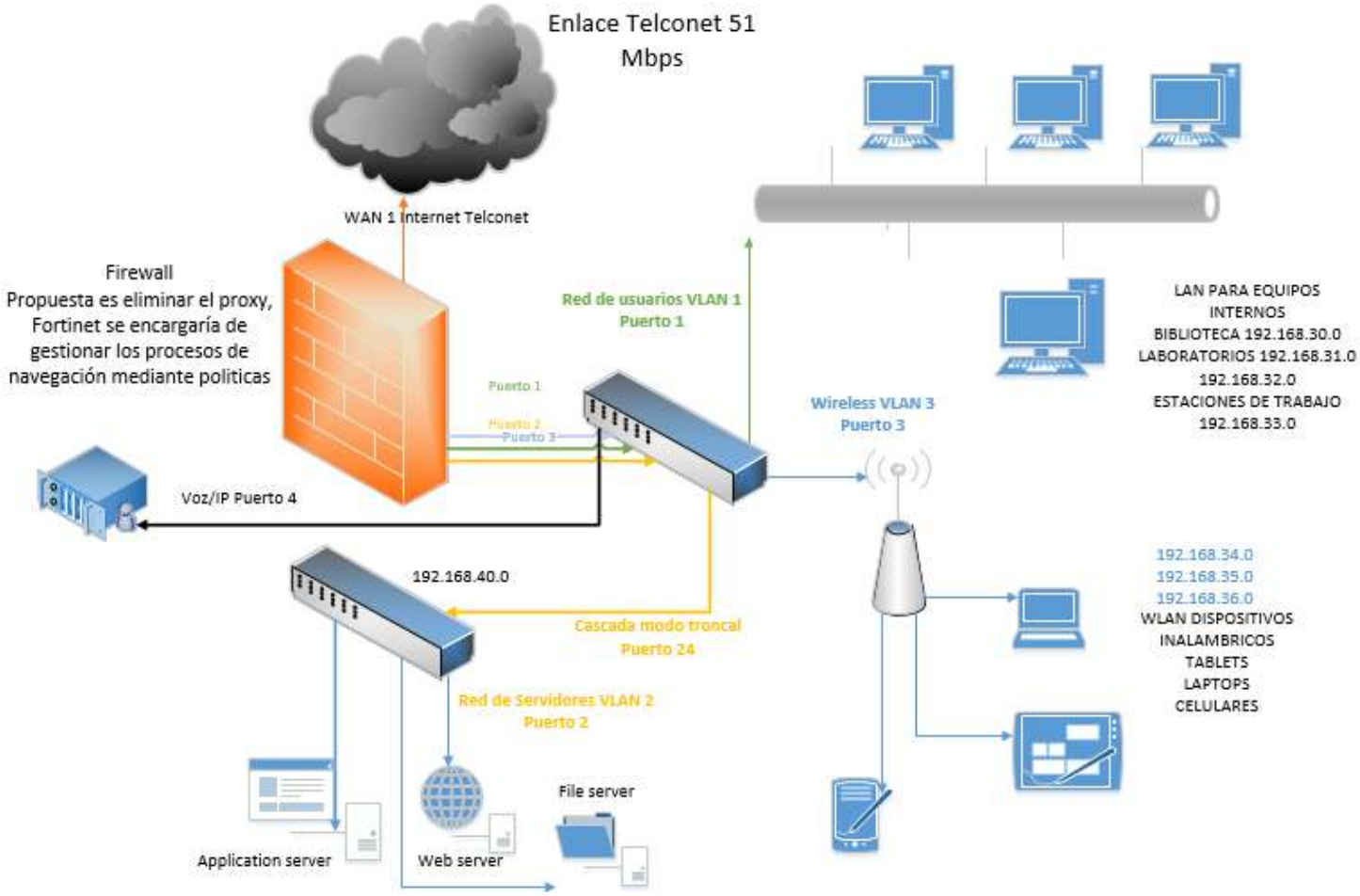


Figura 12. Propuesta de segmentación y optimización de red

CONCLUSIONES

Después de haber realizado una investigación amplia de la literatura y modelos existentes de segmentación de redes, se puede indicar que, de acuerdo a la infraestructura ya existente en la Universidad ECOTEC se ha identificado y propuesto integrar nueva tecnología que realice el control y gestión de todo el servicio de red que posee la institución. Adicionalmente estándares fijos de consumo y permisos entre las diferentes áreas para evitar el acceso no autorizado a desconocidos mejorando la seguridad de la red y de la información.

El análisis realizado ha abarcando todos los puntos que se deben considerar para optimizar la infraestructura interna de la Universidad ECOTEC, para la propuesta se consideró el modelo de virtualización de redes, políticas de acceso y optimización del consumo del ancho de banda por áreas otorgando mayor disponibilidad de consumo de servicio de internet en los diferentes departamentos, brindando una cantidad equitativa en el uso de dicho servicio, mejorando la calidad y evitando la saturación de la red por altos consumos no apropiados.

La propuesta y nuevo diseño de segmentación de la red local de la Universidad ECOTEC permitirá mayor disponibilidad y calidad de los servicios, mejorando la experiencia de la comunidad universitaria, y optimizando la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

REFERENCIAS BILIOGRÁFICAS

Adell, J. (1998). REDES Y EDUCACIÓN. *Nuevas tecnologías, comunicación audiovisual y educación*, 177-211. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Jordi_Adell2/publication/216393180_Redes_y_Educacion/links/0912f513661765dbc9000000/Redes-y-Educacion.pdf

Advanced IP Scanner. (2013). *IP Scanner*. Obtenido de http://www.advanced-ip-scanner.com/es/faq/

Asenjo, E. (2006). *optimización e implementación de la red LAN del Instituto de electricidad y electrónica UACH.* Obtenido de http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/bmfcia816o/sources/bmfcia816o.pdf

CCM Benchmark. (2012). *CCM Enciclopedia virtual*. Obtenido de http://es.ccm.net/contents/295-redes-de-area-local

CISCO. (2012). *Cisco.* Obtenido de http://www.ie.itcr.ac.cr/acotoc/CISCO/R&S%20CCNA1/R&S_CCNA1_ITN_Chapter9_Divisi%C3%B3n%20de%20redes%20IP%20en%20subredes.pdf

Galan, D. M. (2006). *Metodologia de la investigacion.* Obtenido de http://manuelgalan.blogspot.com/2009_05_24_archive.html

Hérnandez, R., Férnandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion* (Vol. Sexta Edición). McGrawHill.

Informatica Hoy. (2013). *Informatica Hoy*. Obtenido de http://www.informatica-hoy.com.ar/redes/LAN-WAN-MAN-WLAN-WMAN-WWMAN-SAN-PAN.php

IntelWorks. (2011). *IntelWorks*. Obtenido de http://www.intelworks.net.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=105

Microsoft Corp. (2013). *Technet*. Obtenido de https://technet.microsoft.com/es-es/library/cc755282.aspx

Microsoft Corp. (2015). *Windows Microsoft*. Obtenido de http://windows.microsoft.com/es-xl/windows/what-is-firewall#1TC=windows-7

Pérez, D. R. (2007). Obtenido de http://metinvc.blogspot.com/2012/02/t5b-proyecto-de-investigacion.html

TechTarget. (2013). *techtarget.com*. Obtenido de http://searchsecurity.techtarget.com/definition/Web-filter

Telecom.net. (2011). *Telecom*. Obtenido de http://iret-telecom.net/views/productos/router.php

Universidad Nacional Autonoma de México. (2013). *Firewall.* Mexico.

Wingwit. (2012). *Wingwit Redes*. Obtenido de http://ordenador.wingwit.com/Redes/local-networks/72132.html#.VfcXaxGqqkp

015. LAS PLATAFORMAS SOCIALES EN LA GESTIÓN DE LOS PROCESOS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR

Autores:

Lagos Reinoso Gladys
Jhipson Alonzo Ganchozo

Resumen

La tecnología en la educación ha permitido el surgimiento de herramientas didácticas digitales que promueven un desarrollo social, lleno de equidad y derecho. La presente investigación evalúa la aplicación de las plataformas sociales en gestión de procesos en la educación superior del Ecuador, en la universidad de Guayaquil, facultad de Filosofía, carrera de Informática. Se realizó el estudio no experimental descriptivo; como instrumentos para la recolección y análisis de datos: la revisión documental y la encuesta. Participaron 110 estudiantes de tercero a quinto semestre y 12 docentes, se aplicó un cuestionario estructurado con 18 preguntas de 10 ítems. Los resultados: 94% de encuestados han utilizado alguna plataforma social para el aprendizaje, la más usada: Facebook con 63% seguida de YouTube con 37%; El 85% de los docentes consideraron que su uso fomenta la participación y el aprendizaje colaborativo. Conclusión: El uso de las plataformas sociales en el proceso de enseñanza aprendizaje mejoraron la comunicación, el trabajo colaborativo y el rendimiento académico, constituye un gran potencial pedagógico en el aula de clases, sin embargo se requiere la implementación de políticas institucionales que regulen el uso de las plataformas sociales en la gestión de los procesos de la educación superior del Ecuador.

Palabras Claves: Digital, Aprendizaje, Plataformas virtuales, Comunicación, Enseñanza

Abstract

Technology in education has allowed the emergence of digital teaching tools that promote social development, full of equity and law. This research evaluates the application of social platforms in process management in higher education in Ecuador, at the University of Guayaquil, Faculty of Philosophy, Computer Science. The descriptive non-experimental study was performed; as instruments for data collection and analysis: documentary review and survey. 110 students from third to fifth semester and 12 teachers participated, a structured questionnaire with 18 questions of 10 items was applied. The results: 94% of respondents have used some social platform for learning, the most used: Facebook with 63% followed by

YouTube with 37%; 85% of teachers considered that its use encourages participation and collaborative learning. Conclusion: The use of social platforms in the teaching-learning process improved communication, collaborative work and academic performance, contradicts a great pedagogical potential in the classroom, however the implementation of institutional policies that regulate the use is required of social platforms in the management of higher education processes in Ecuador.

Key words: Digital, Learning, Virtual Platforms, Communication, Teaching

INTRODUCCIÓN

El vertiginoso avance tecnológico en el que se está moviendo la sociedad del conocimiento, ha cambiado patrones y estructuras habituales que hasta hace poco eran las únicas conocidas, sin embargo, el internet, las plataformas sociales, los medios de comunicación formales e informales, seguidos de los dispositivos móviles están cambiando el escenario habitual por lo novedoso e innovador, se trata del camino hacia el futuro. No se puede pensar en alguna actividad diaria en la que no se requiera al menos de un dispositivo electrónico, y ni que decir de la información, que se la encuentra disponible a tan solo un clic de distancia y que más rápido que pestañar, llega al alcance de las manos. Las tecnologías de la Información y comunicación han cubierto todos los campos de acción del ser humano, y no se trata simplemente de datos sin sentido se trata de grandes volúmenes de datos procesados a velocidades inimaginables, donde la calidad, la rapidez y exactitud de conseguir esa información será el punto distintivo entre el éxito y el fracaso en la gestión de procesos y toma de daciones tanto a nivel corporativo como personal.

La forma de relacionarse, de entablar un negocio o una simple conversación entre jóvenes en el metro se han visto transformados por el imparable avance de las tecnologías digitales e Internet. Se trata de medios visuales que abren caminos versátiles y prácticos hacia objetivos que anteriormente se creían inalcanzables y que hoy en día son una realidad. Las herramientas tecnológicas y la virtualidad generaron nuevas formas de comunicarse, y se piensa ya en una sociedad red (Castells, 2006). Cada vez es más común el uso de las plataformas sociales en como sistema de difusión de noticias y novedades de la política gubernamentales de diferentes países a lo largo del mundo; lo que lleva a pensar en la universalidad de uso de estas plataformas que aparentemente son utilizadas por los mas jóvenes, hoy se ha vuelto un medio útil y sencillo de compartir información, novedades y noticias a nivel mundial.

La tecnología vino a quedarse y a generar nuevas formas de hacer las cosas, está revolucionando el entorno social, de entretenimiento, político, financiero y obviamente el educativo. Se trata entonces de inyectarle dinamismo a la gestión de procesos educativos en todos los niveles, lo que se busca es que la acción educativa tradicional se conjugue con la innovación y el desarrollo tecnológico de los pueblos, en búsqueda de ese desarrollo sostenible y equitativo que permita la construcción del conocimiento.

Las plataformas sociales se han convertido en el engranaje hacia un nuevo modelo de enseñanza que fomente el uso de las herramientas, recursos y canales disponibles en la

web, tanto para docentes y estudiantes, que faciliten establecer vínculos, contactos e intercambio de conocimientos libre de barreras, rompiendo fronteras geográficas y sociales, unidos en torno a intereses comunes, ya que el aprendizaje no se deriva de las relaciones unidireccionales sino que se construyen como consecuencia de la práctica, la interacción y la innovación.

Las plataformas sociales han generado un aprendizaje informal que hasta cierto punto es innato, mucha gente crea sus videos tutoriales en YouTube sobre como hallaron la forma de resolver determinado problema o solución de una forma poco común. Así se tiene el caso de madres de familia con canales de recetas culinarias exquisitas de diversas partes del mundo, así también padres de familia con sus videos tutoriales de como configurar el control remoto de una puerta de garaje, hasta llegar al video tutorial de algún reconocido científico que expone su teoría referente a algún nuevo método para resolver una ecuación. Los canales de YouTube son la ventana hacia la ciencia ciudadana. De igual forma en Facebook mas de uno habrá compartido novedosos conceptos y frases célebres de pensadores reconocidos en la literatura universal, o tal vez algún diccionario o curso rápido de ortografía. Es decir el conicim8ietno se transmite a toda hora.

Hay un grupo interesante, los Millennials y la Generación Z, (Moreira , 2015), nació a mediados de los 90 y principios de los 2000, y de acuerdo a un estudio de Smartme Analytics, este grupo pasa 43 minutos de su día en las redes sociales siendo Facebook, su plataforma social favorita. Es aquí que debe entrar con fuerza la labor del docente innovador y plantearse la alternativa de tomar a las redes sociales como parte del aprendizaje moderno en las universidades, donde urge espacios libres de intercambio de información académica, lo que fomenta el aprendizaje colaborativo y la motivación entre los estudiantes, es por ello que en muchas instituciones educativas de nivel superior a lo largo del mundo se observa que se han dado a la tarea de lanzar campañas de marketing digital, con el fin de aumentar sus seguidores en Twitter, incluirse en grupos en Facebook, participar en debates en LinkedIn, entre otros, buscando introducirse en el ambiente de los estudiantes y manejar estas plataformas, como algo más que puro entretenimiento.

Las plataformas sociales permiten crear una comunidad de aprendizaje con intereses comunes, donde las personas aprenden socialmente, a través de la participación activa en el desarrollo de actividades con sus pares y otras personas, y aunque en muchos casos estas actividades sean individuales, se favorecen la comunicación y la participación, al pasar del contexto académico al mundo real. Es decir las redes sociales estimulan el aprendizaje a través de las interacciones que se dan entre sus miembros mediante sus reflexiones y

recursos o ideas compartidas, generado nuevo conocimiento que incide directamente en una comprensión más completa de los contenidos, se cambia la educación unidireccional profesor-alumno, se habla ahora de un autoaprendizaje mediante la interacción.

Las plataformas sociales le van a permitir al docente conversar con el estudiante en su propio espacio, volviendo el aprendizaje un hecho natural y espontaneo, más cercano e informal, descubriendo sus necesidades e intereses, como señala Gómez, Roses y Farías (2012), promoviendo el aprendizaje personalizado, mejorando las relaciones interpersonales y fomentando la cooperación, el trabajo en equipo y el respeto a la diversidad, pilares que van a trascender más allá de las aulas de clases llevándolo a su entorno familiar y social considerando que los nativos digitales, nacidos en la era digital y que dominan la tecnología (Prensky 2001), son ellos los que pasan más tiempo en sus redes sociales que interactuando con seres humanos en la vida real, y en eso, la educación puede sacar alguna ventaja para llegar con el conocimiento de manera natural es por ello que la presente investigación tienen como objetivo evaluar la aplicación de las plataformas digitales en la gestión de procesos de la educación superior del Ecuador, en particular en la Universidad de Guayaquil, específicamente en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, en la carrera de Informática, así como evaluar los niveles de aceptación de los estudiantes frente a su uso y la relación entre la satisfacción demostrada.

Beneficios del uso de las plataformas sociales en la educación

Las plataformas sociales están siendo altamente usadas por los jóvenes universitarios como medio de comunicación efectiva con rapidez y libertad de uso que genera una importante fuente de uso en el campo educativo:

- Permite centralizar en un único sitio todas las actividades docentes, profesores y alumnos de un centro educativo.

- Mejora del ambiente de trabajo ya que permite entablar conversaciones con fluidez y sencillez entre docentes y estudiantes.

- Facilita la coordinación y trabajo de diversos grupos de aprendizaje. Lo que permite crear una sensación de comunidad como parte fundamental en el entorno de aprendizaje e incide en una comprensión más completa de los contenidos, se trata de potenciar el autoaprendizaje mediante la interacción, con los docentes y

estudiantes y hasta con algún experto que este conectado en alguna parte del mundo.

- Fomenta el respeto y la tolerancia frente a las intervenciones en los foros y espacios virtuales de comunicación.

- Motivación para los jóvenes: Los estudiantes están familiarizados con su uso y al ser al ser accesibles y gratuitas, se vuelve motivante su uso en la educación pues es mucho más cómodo participar de un foro virtual en un grupo de Facebook o un debate por twitter desde la comodidad de su hogar u oficina sin descuidar el resto de labores del día, ahorrando tiempo y recursos.

- Facilitan el aprendizaje colaborativo: dentro de las redes sociales se comparte contenido e información relevante de acuerdo a los intereses comunes, se vuelve el espacio propicio para desarrollar el intercambio de contenido académico, la colaboración y solidaridad.

- Socialización: Al ser las redes sociales un espacio virtual abierto, permite contribuir a que todos participen sin el temor de hablar en público liberando inhibiciones que muchas veces en persona logran cohibir actuaciones brillantes que jamás se podrán conocer, lo que motivará aún más hacia un aprendizaje inclusivo y equitativo.

Usos educativos de Facebook

Facebook puede ser una útil herramienta en el aula gracias a la creación de grupos privados para el entorno de la clase, administrados y moderados por el profesor que, a través de esta red social, puede compartir contenido con sus alumnos, plantear actividades y generar debates, así como fomentar la relación y el buen uso de esta red social con actividades relacionadas con el etiquetado de perfiles, límites de la privacidad.

Las ventajas de Facebook para los docentes también son importantes ya que les permite establecer una comunicación personal con sus alumnos, generar un calendario de contenidos y publicaciones, dar acceso a los padres para que evalúen el comportamiento de sus hijos…

Usos educativos de Twitter

El uso educativo de Twitter puede centrarse en actividades de búsqueda y selección de información, así como en el aprendizaje e identificación de bulos o noticias falsas. De la misma manera, se pueden fomentar juegos como pistas y adivinanzas en las que los alumnos pueden aprender a mencionar o localizar la información correcta. Twitter también incentiva la creatividad y los procesos de sintetización de la información gracias a su limitación a 140 caracteres.

Usos educativos de Instagram

Las interacciones en el proceso de enseñanza y de aprendizaje siempre han sido destacadas desde diversas corrientes pedagógicas y teorías del aprendizaje, es por ello que las redes sociales hoy pueden colaborar, en ese sentido, en la labor docente y favorecer la interacción entre pares.

Instagram **es una aplicación que permite subir y editar fotos y videos breves y compartirlos en el entorno de la aplicación que se borran luego de un día, o incluso difundir videos en directo con la posibilidad de recibir comentarios, creando así una red social, o incluso en otras redes sociales como son Twitter o Facebook, entre otras.**

Las aplicaciones educativas del Instagram son diversas como por ejemplo la producción escrita para describir o caracterizar un tema, lugar o personaje, elegir términos clave para los *hashtags* o sintetizar una experiencia educativa, entre otras. Se puede aprovechar para realizar proyectos de narración a través de la fotografía, creaciones nuevas en lengua o plástica, que permitan narrar un hecho histórico que se esté estudiando o también proponer un debate grafico en cualquier asignatura o proyecto, se hace el debate verbal y se complementa con imágenes que publique los estudiantes desde su perfil y se los agrupa en un hashtag, lo abre las puertas hacia el aprendizaje participativo.

Así mismo **se puede** utilizar la expresión fotográfica en Instagram para representar una emoción, lo que permite trabajar la empatía, descifrar las emociones de los demás compañeros. También se puede aprovechar para **enseñar sobre la** ciberseguridad **y del** uso responsable **de las aplicaciones móviles así como la** posibilidad de crear tutoriales fotográficos con secuencias de fotos que permite realizar una descripción paso a paso de cómo se realiza una actividad.

Usos educativos de YouTube

Esta es la plataforma perfecta para el aprendizaje fácil y sencillo, sin preocupaciones por los límites de edad para el acceso. Las posibilidades de YouTube en el campo educativo son muy amplias empiezan con la creación de un canal para subir contenidos visuales, interesantes y que muestren un contenido útil. YouTube es la plataforma social mejor ubicada para compartir contenidos de todo tipo, siendo la educativa la tendencia que domina, con tutoriales de contenido variado como idiomas, matemáticas, química, cocina e incluso las más peculiares ideas se encuentran en YouTube. Cada video arrasa en la plataforma y ganan cientos de suscriptores y visualizaciones. Se ha convertido en una herramienta de gran valor tanto para docentes como para estudiantes, que buscan resolver sus dudas de una manera amena y rápida.

Del mismo modo, existen una gran cantidad de universidades e institutos de todos los niveles que aprovechan esta plataforma social, para crear contenidos gratuitos y abiertos a la comunidad. También, es un sitio perfecto para subir trabajos prácticos, como videos, presentaciones, y compartirlos con los demás estudiantes y con el docente. YouTube permite de una manera sencilla y gratuita construir conocimiento y difundirlo a través de los entornos sociales que facilitan su distribución entre la comunidad virtual.

Gestión de procesos universitarios

Los procesos universitarios permiten la construcción del conocimiento y la aparición de nuevas tendencias en la gestión y evaluación en pro de la calidad en la educación superior y sus procesos. Por ello, la gestión de procesos juega un papel importante en la búsqueda de la calidad universitaria. Uno de los propósitos de este tipo de gestión es asegurarse de que todos los procesos claves trabajen en armonía para maximizar la efectividad organizacional. El mejoramiento de procesos es un medio interesante que permite gestionar de forma efectiva en entorno organizacional en cualquier nivel con el fin de alcanzar los objetivos generales de la organización (Gardner, 2001).

En referencia a la evaluación es pertinente en toda organización la importancia de un sistema de evaluación constante en cuanto a sus operaciones organizacionales, lo que conlleva a un mejoramiento en los procesos y permitir gestionar las actividades de modo que favorezcan al crecimiento continuo y constante a base de la implementación de procesos consecuentes a los análisis de ls reportes de evaluación, todo en el marco de el establecimiento de la calidad en productos y servicios.

Toda organización sea social, política financiera hasta educativa debe estar preparada para los cambios constantes y la toma de decisiones oportunas, identificar puntos críticos que

puedan estar afectando a la organización y poder enfrentarlos a fin de lograr el desempeño eficaz de la empresa.

Por lo que la gestión de procesos que van a aportar con estructuras organizacionales orientadas a mejorar la calidad y promover el crecimiento de la organización. También se puede pensar en los procesos con la teoría de sistemas (Chan y Sppeding, 2003), donde los procesos se visualizan como entradas suministradas por proveedores, con encuentran bienes materiales, recursos financieros, información y persona. Existen organizaciones que manejan grupos de estructura vertical con expertos quienes aseguran el funcionamiento de sus procedimientos en forma eficaz.

Dentro del campo universitarios los procesos giran en torno a la formación profesional luego el centro de todo es el ser humano, dando sentido a las estructuras y condiciones q9e influyen o determinan el contexto. (Ibarra, 2004). Si se trata de un proceso como tal se tiene el conjunto de actividades estructuradas y medibles en el sentido de un producto o servicio aplicando un sentido en como se realiza el trabajo y el producto a realizar, (Davenport, 1993). El enfoque basado en procesos es un principio de gestión básico y fundamental para la obtención de resultados (Beltran, 2002), es un llamado a las Instituciones de Educación Superior para que busquen obtener resultados a partir del desarrollo procesos de formación, a través de la actualización permanente de su planta docente. Las actividades académicas formativas de las universidades incluyen un desarrollo de una cultura investigativa y la promoción de la vinculación con la sociedad.

Las Instituciones de Educación Superior, a ser entes que generan producción científica, tienen un rol importante en la sociedad en pro de mejores condiciones educativas, laborales, productivas y sociales (Domínguez, 2014). A más de determinar los procesos en la formación de profesionales, a través de la docencia, la investigación científica y la vinculación. Se trata de cumplir el desafío de ofrecer una educación de calidad en un sistema capaz de integrar la calidad con la eficiencia en el hecho de siempre mirar hacia delante en la búsqueda de algo más y algo mucho mejor teniendo siempre un patrón comparativo de hacia donde se pretende llegar y en qué tiempo se espera conseguirlo; se piensa igual, dentro del entorno social en el que se desenvuelven los actores, contando con el conocimiento, las habilidades y destrezas en el manejo de conflictos y en el planteamiento de soluciones concretas para la sociedad.

Hablar de calidad en la educación Superior abarca procesos multifactoriales y multidireccionales, es decir la calidad de educación de las Instituciones de Educación Superior, va a ir de la mano de la responsabilidad social, de la transformación y el desarrollo constante, se habla entonces de caminar en un sendero del cambio (Robaina, 2009). En ese sentido, la Declaración sobre Educación Superior en América Latina y el Caribe estableció

que “La educación superior podrá cumplir su importante misión en la medida en que se exija a sí misma la máxima calidad, para lo cual la evaluación continua y permanente es un valioso instrumento”. (CRESALC/UNESCO, 1996:10).

Los profundos cambios económicos, políticos y sociales desarrollados en el Ecuador en la última década, han generado la necesidad de transformar la educación en todos sus niveles, y en especial la universitaria, por el que cumple en los procesos de cambio y modernización de la sociedad. Para poder responder a este desafío, se requiere una administración de la educación de calidad, innovadora, construida y ejercida colectivamente, capaz de promover una universidad de puertas abiertas, que responda a los problemas de la sociedad, una universidad que genere ciencia y tecnología. Una universidad que define y articula adecuadamente sus funciones, que entienda que los procesos universitarios fundamentales son la docencia, la investigación y la vinculación con la sociedad y que los procesos administrativos son de apoyo.

La gestión por procesos en la educación superior está avanzando a paso lento y se debe reconocer el retraso que tiene frente a la gestión de procesos en los negocios que si bien es cierto existe consenso en que la administración estratégica puede brindar a la educación superior lo que esta necesita (García, 1998). Se trata implementar estos avances hacia las organizaciones como las instituciones de educación superior que dedican sus esfuerzos a la formación de profesionales. El proceso de gestión en la Educación Superior puede ser definido como la facilidad de entablar un ambiente laboral ameno contando con el desarrollo constante de sus actores con la finalidad de crear, desarrollar y preservar, el talento humano, con pertinencia, impacto y optimización sus procesos. Por lo tanto, la universidad debe buscar potenciar sus capacidades para aprovechar los recursos que poseen, buscando calidad y desarrollo, fortaleciendo las ventajas estratégicas que proporcionan los recursos y las capacidades (Viedman, 2003).

El modelo de gestión universitaria tiene su impacto en la sociedad, siendo un ente que fomenta el saber y la ciencia, y al ser considerada por los actores sociales como referencia ante los fenómenos, situaciones y/o eventos de naturaleza política, cultural, científica, humanística y social. El modelo debe crear confianza ante la sociedad por su eficiencia, eficacia y calidad del servicio y producto (Ferrer, 2004).

Se trata de visionar la gestión de procesos como un gran sistema en la que cada uno de sus elementos principales se vean enfocados en la coordinación, el control de su funcionamiento, con el establecimiento de un modelo de gestión universitaria enfocado en procesos, con el fin de lograr la satisfacción en los actores del proceso de enseñanza aprendizaje, a través de la productividad y el desarrollo de actividades. La gestión de procesos se centra en establecer

una guía, que permita a la universidad modelar nuevos estándares que gestionen la docencia, la investigación y la vinculación.

Faces para la aplicación de la gestión de procesos en la educación superior

El modelo de gestión, propuesto por Morantes en el año 2013 señala cuatro fases que resumen el manejo de los procesos en cualquier organización. Fase de análisis: en la cual se abarca el análisis de ciertos elementos importantes como la situación actual de la organización, las necesidades de los usuarios, los servicios que se presta ,los grupos de trabajo, los procedimientos actuales de trabajo y los requerimientos del proceso. ¨luego en la fase de diseño se hace una definición detallada de los procesos de acuerdo al levantamiento de información realizado previamente, se elabora el diagrama de procesos, con el diagrama de secuencia, determinación de entradas y salidas, y la correspondiente documentación de los procesos, elaboración de diagramas de flujo, fichas de procesos y determinación de herramientas para el levantamiento de procesos. Y luego en la fase de implementación: corresponde a la ejecución, seguimiento y la medición de los procesos. Sin olvidarse de la fase de retroalimentación donde se estabkecen las posibles mejoras junto con las evaluaciones de entradas y salidas, diagnóstico, análisis de resultados de la implantación de los procesos para determinar su evolución y verificar que su cumplimiento con los objetivos planteados.

Los aportes fundamentales del procedimiento radican en una herramienta metodológica para evaluar, diseñar, aplicar e implementar la gestión por procesos en instituciones de educación superior, una escala para evaluar el nivel en que se encuentra la organización en su gestión por procesos.

Las plataformas sociales permiten satisfacer las necesidades de los estudiantes, tanto en recursos disponibles (humanas y materiales), lo que permite un ahorro de recursos e inversión de capital imprescindible en la forma de gestionar una institución que poco a poco se abre paso en el entorno mundial, tales como el enfoque en sistemas, la gestión por procesos y la integración de los flujos de información.

Las plataformas sociales se ven relacionadas como eje trasversal y afecta a toda la estructura y funcionamiento de las organizaciones a través de la aplicación de la gestión de procesos en cada uno de sus estamentos locales nivel de la estructura el mayor uso de los medios sociales se torna entonces relevante, soluciones organizativas diferentes, más flexibles, con nuevas comunidades virtuales en línea, equipos de autogestión u organizaciones en red (Martínez Núñez, Pérez Aguiar & Martín-Fernández, 2013).

La comunicación digital y el uso de las redes sociales digitales se desarrolla en un ámbito y con un conjunto de herramientas que cambian a gran velocidad, se incorporan otras nuevas, requieren rapidez en su funcionamiento, lo que sin duda también modifica con frecuencia las funciones de estas áreas. La formalización de estas funciones en el organigrama plantea un desafío de diseño institucional de manera tal que estas funciones se reconozcan en la organización como parte de su estructura, la razón de ser de las plataformas sociales permiten gestionar las áreas de comunicación digital en la estructura organizacional también proporciona información a los fines de analizar cómo se desarrolla la gestión de las redes sociales digitales en los gobiernos locales.

La incorporación y la utilización de los medios digitales están produciendo cambios en la manera de funcionar de las administraciones públicas, especialmente en lo que refiere a nuevas interacciones, nuevos roles y perfiles, nuevas formas de trabajo y los cambios en los modelos organizativos. Las tecnologías de comunicación e información y las organizaciones transforman las estructuras organizacionales, los procesos, las culturas y el cambio organizacional, para analizar las características y formas de utilización de las tecnologías de la comunicación (Fountain, 2006; Gil-García, 2012; Gascó Hernández et al., 2013; Sancho Royo, 2002).

Esta relación entre la utilización de las plataformas sociales y los componentes organizacionales (estrategia y objetivos, diseño, estructura, puestos de trabajo, gestión del talento humano, sistemas de información y control) lo que va a conllevar cambios que incorporan las bases su lineamiento fundamental en la organización de las universidades y su contexto. Por otro lado, la incorporación de políticas sociales con las nuevas tecnologías, propician cambios en la gestión de procesos, especialmente en lo que refiere a flexibilidad, gestión del cambio y mayor velocidad, esto va a permitir aprovechar los recursos y normas expresas de funcionamiento.

El uso de las plataformas sociales contempla la masificación de la información, sobre la incidencia del componente organizativo en el uso de los medios digitales, existen acuerdos respecto de la necesidad de que el diseño de la estructura formativa, con una fuerte incidencia del paradigma pedagógico, debe comenzar a incorporar cierta flexibilidad en el modelo tradicional, la formalización, la especialización, la centralización y el control basado en normas y procesos tiende a dificultar la incorporación de nuevas tecnologías debido esencialmente a que este modelo está diseñado para organizaciones en entornos estables y con baja predisposición al cambio (Fountain, 2006).

La comunicación digital y el uso de las plataformas sociales se desarrolla en un ámbito y con un conjunto de herramientas que cambian a gran velocidad, se incorporan rapidez en su

funcionamiento, lo que sin duda también modifica con frecuencia las funciones de estas áreas. La formalización de estas funciones en el organigrama plantea un nuevo diseño institucional de manera tal que estas funciones se reconozcan en la organización como parte de su estructura, pero que al mismo tiempo puedan ir variando con rapidez la manera de gestionar diversas áreas que conforman la comunidad universitaria.

DESARROLLO

Esta investigación busca evaluar la aplicación de las plataformas sociales en la gestión de los procesos en la educación superior del Ecuador, donde es claro que se requiere innovar y aplicar nuevas políticas y normativas que permitan agitar procesos y enfocar soluciones frente a necesidades latentes en el entorno estudiantil. Se trata de una problemática latente frente que está limitando las aspiraciones de superación de muchos estudiantes. Según reportes del departamento de Bienestar Estudiantil de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil, los estudiantes de la jornada nocturna de la Universidad de Guayaquil , específicamente de la carrera de Informática en un 82% son personas que tienen que trabajar para mantener sus familias, así mismo hay un 70% de estudiantes mujeres que son madres solteras y no tienen con quien dejar a sus hijos pequeños, por lo que pese a su deseo de superación se les dificulta asistir con regularidad a todas sus horas de clases. Y que juego para justificar y presentar tareas atrasadas se ven envueltos en un sin número de trámites engorrosos que lo que logran es desanimarlos y terminar desertando.

Tal como si se tratara de una empresa el éxito de la misma radica en la perfección del producto terminado, es así que el éxito de una institución educativa estará marcado entre otros indicadores en el número de graduados, lo que conlleva implementar alternativas innovadoras que permitan masificar la educación y romper con los limitantes de tiempo y espacio transformando el conocimiento en un derecho que debe ser normado y regido por el mismo estado.

Esto a la larga conlleva a la deserción, ya sea por falta de recursos o por falta de apoyo por parte de los docentes, quienes no se percatan de que la gran mayoría de los estudiantes atraviesan por duras circunstancias que muchas veces no les permiten asistir ni cumplir como es debido con todas las actividades académicas. Es precisamente ante esta situación que se desea implementar la aplicación de las plataformas sociales como herramientas de apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje tradicional. Se trata de complementar lo tradicional con lo tecnológico, que facilite la asimilación de los contenidos y su consecuente puesta en marcha en talleres y actividades de la asignatura consideradas producto del

estudio.

Es decir el estudiante que no pueda asistir regularmente en un tiempo determinado podrán seguir las clases a través de las plataformas streaming incluidas tanto el Facebook como Facebook Live, YouTube Live, Twitter Live e Instagram Live lo que va a permitir seguir con clases online o grabaciones que ayuden a estos estudiantes a no alejarse de sus aulas de clases y continuar con sus estudios. Las plataformas sociales constituyen una gran ventaja competitiva para trabajar en forma colaborativa, ya que son gratuitas y accesibles. Y su aplicación motiva y mantiene atento al estudiante.

Las posibilidades pedagógicas de estas herramientas, en las prácticas universitarias se da en muy diversas formas, ya que existe muchas asignaturas en las que se utiliza gran cantidad de material didáctico digital, otras que a través de grupos o foros virtuales aplican la tecnología en mayor o menor nivel, complementado todo este uso tecnológico con las clases presenciales, lo que a la larga permite armar un escenario de formación, blended-learning, donde las clases tradicionales se completan con las actividades realizadas a través de un aula virtual diseñada para cada asignatura o conjunto de las mismas.

Durante el desarrollo de esta investigación se empleó dos grupos de estudiantes del mismo curso, el primer grupo seguirá como siempre lo ha hecho recibiendo sus clases dentro del aula. El segundo grupo lo hará desde cualquier dispositivo electrónico fuera del aula, puede ser hasta en su misma casa, lo importante es que logre conectarse y pueda interactuar con los compañeros que se encuentran en el aula presencial.

Para el tratamiento de los datos se utilizó el programa estadístico open source R, la comparación del rendimiento académico del modo presencial puro y el modo presencial-virtual se realizó a través de T Student para grupos dependientes con un nivel de significancia del 0,05 para rechazar hipótesis nula. La confiabilidad y consistencia del instrumento fue evaluado a través del análisis de covariancia de ítems mediante el Coeficiente de alfa de Conbrach, lo que demostró consistencia y validez en el instrumento aplicado. Es importante señalar que en cuanto al rendimiento académico de los estudiantes expuestos a la investigación, tanto a los que cursaron la asignatura del modo presencial, como los que se les aplicó un complemento virtual, se realizo el respectivo análisis haciendo uso la observación y el método histórico, mediante el las actas de calificaciones entre los dos parciales que conforman el semestre en estudio, con lo que permite constatar como las plataformas sociales fomentan el aprendizaje colaborativo y mejoran el rendimiento académico a través de la comunicación constante con el grupo lo que facilita la presentación

de trabajos y talleres a tiempo .

Se trabajó con la asignatura de programación orientada a Objetos I y II correspondientes al tercero y quinto semestre de la carrera de Informática de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil. La carga horaria de cada asignatura es de cinco horas a la semana por lo que para la implementación de las plataformas digitales en el proceso de enseñanza aprendizaje se emplearon dos horas a la semana, se utilizaron herramientas interactivas tales como: foros, de discusión individual y grupal, videos tutoriales, envío y revisión de tareas semanales, creación de ensayos e imágenes alusivas a la investigación, y demás materiales digitales que como complemento de las clases presenciales.

La comunicación se realizó en tiempo real y también con clases grabadas haciendo uso de las plataformas sociales con streaming como Facebook Live y YouTube Live que motivaron a los estudiantes en todo momento.

En esta investigación se realizó un estudio del tipo no experimental descriptivo con un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo (León y Montero, 2004; Clares, 2006; Albert, 2007). Donde la perspectiva metodológica utilizada se enmarca dentro del paradigma interpretativo que pretende la "comprensión de los fenómenos educativos a través del análisis de las percepciones e interpretaciones de los sujetos que intervienen en la acción educativa" (Colás y Buendía, 1998, p. 50).

Población

La población de estudio estuvo conformada por estudiantes (n=110) y docentes (n=12) que pertenecen al I ciclo del periodo lectivo 2019-2020 de quinto y tercer semestre de la carrera de informática de la facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil. Los estudiantes participantes de este estudio son nativos digitales, mientras que los docentes entran en el grupo de los inmigrantes digitales que según Prensky (2001), son aquellos a los que les ha tocado estudiar la tecnología y aprender su uso. Cuya diferenciación es marcada por la destreza y la facilidad en el empleo de dispositivos electrónicos.

A pesar de que la facultad cuenta con 13 laboratorios de computación y aproximadamente unas 30 computadoras habilitadas en cada uno, no todas las asignaturas se imparten en los laboratorios, realizándose en aulas que carecen de un proyector y computador para el docente, además de la carencia de acceso libre a internet, por lo que en la mayoría de los casos para realizar las investigaciones, talleres o trabajos grupales se los lleva a cabo con los dispositivos móviles de los estudiantes y sus planes de datos personales, lo que conlleva un

limitante marcado al momento de querer avanzar mas en la investigación o la difusión de las mismas.

Instrumentos

Para la recolección y análisis de datos se utilizó la encuesta y la revisión documental, se lo aplicó de forma presencial. La encuesta ha sido previamente validada a través de la consulta a expertos. El instrumento constaba de 18 preguntas con 10 ítems y 5 dimensiones, de tipo dicotómicas, preguntas cerradas pluricotómicas con opciones múltiples jerarquizadas y abiertas, otras con la escala de Likert (1-4), se pidió a los alumnos la resolución de un test, con el fin de evaluar el uso de las plataformas sociales en especial Facebook, conocer sus impresiones y detectar las ventajas y desventajas en el desarrollo de los ejercicios de manera colaborativa, con las que se evaluó la percepción general, grado de aceptación, el beneficio percibido por los estudiantes al hacer uso de las plataformas sociales, como apoyo a la formación presencial, nivel de preferencia entre las clases presenciales y aquellas que se lleven de modo virtual.

RESULTADOS

Como resultado de la aplicación del instrumento de evaluación se observó que, de los 110 estudiantes encuestados, la media de edad estuvo comprendida entre los 21 y 40 años, y la de los docentes se haya comprendida entre los 36 y 51 años (62,3%), Tabla 1. Por géneros, se observó un puntaje mayor en el género masculino con el 58% y en el género femenino con el 42%. Para los docentes se obtuvo un 51% masculino y 49% femenino.

Tabla 1. Distribución por edad

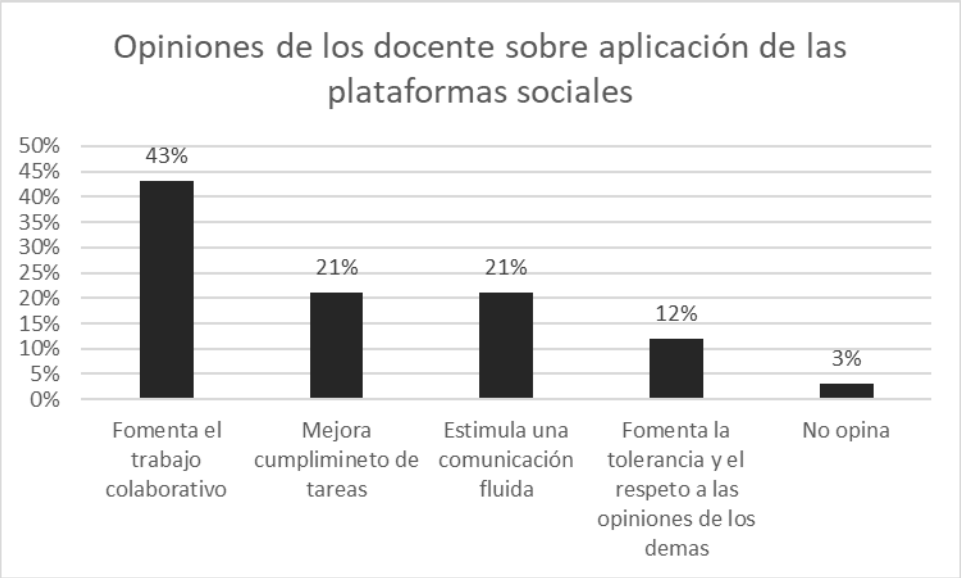
	Estudiantes		Docentes	
Edad	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
22-27	52	47,27%	0	0%
28-33	32	29,09%	0	0%
34-40	26	23,64%	5	42%
más de 40	0	0,00%	7	58%
Total	110	100%	12	100%

Los resultados señalaron que el 94% de los encuestados están registrados en al menos una red social, siendo la red más usada es Facebook con el 60%, es evidente que el alcance de Facebook a nivel de la población es mayoritariamente usada en relación a las otras redes sociales, seguida por YouTube y Twitter. Tabla 2.

Tabla 2. Plataformas Sociales mas usadas

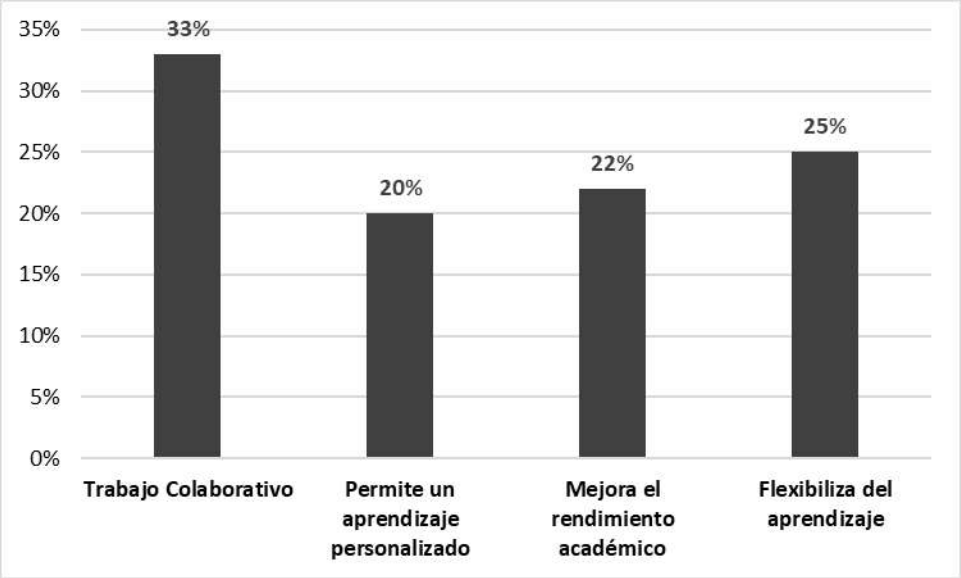
Plataformas sociales	Profesores	Estudiantes	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	7	66	73	60%
Youtube	2	25	27	22%
Twitter	2	12	14	11%
Lindklin	1	5	6	5%
Otras	0	2	2	2%
Total	12	110	122	100%

En relación al nivel de satisfacción sobre la aplicación de las plataformas sociales en la educación, el 92% registró un alto nivel de satisfacción en su uso. Así mismo el 85% de los docentes consideran que la inclusión de las plataformas sociales fomenta el trabajo colaborativo y la comunicación, la tolerancia y el respeto a las opiniones de los demás. G. Bernaza y F. Lee (2005: 7) consideran que "el trabajo colaborativo favorece la motivación intrínseca, basada en la satisfacción y el gozo de incrementar los conocimientos y la competencia propios, de beneficiar a los otros, etc. La motivación puede reflejarse en: éxito, curiosidad epistémica, compromiso con el aprendizaje, persistencia en la tarea, expectativas de éxito futuro y nivel de aspiración".



También se les consulto a los estudiantes cuáles eran las principales razones por las cuales se debería incluir a las plataformas sociales en todas las asignaturas de la carrera, y pues el 33% piensa que su aplicación fomenta el trabajo colaborativo, lo cual lleva consigo la tolerancia, el respecto y la solidaridad; Así mismos el 20% sostiene que el la aplicación de las plataformas sociales en el currículo permite un aprendizaje personalizado, al ajustarse al tiempo y espacio de cada estudiante ya que a través de las aplicaciones streaming incluidas dentro de las plataformas sociales las mismas que brindan la posibilidad de ver las clases en tiempo real y también post grabadas, por lo que el 25% también opina que su aplicación

flexibiliza el aprendizaje, además el 22% considera que su aplicación va a permitir un mejor rendimiento académico al reducir el ausentismo, y permitirles participar en todas las actividades de modo virtual por lo cual no se verían perjudicados en sus calificaciones.



Según Llorens & Capdaferro (2011) las redes sociales favorecen la cultura de comunidad virtual y el aprendizaje social. De acuerdo con los resultados también se pudo constatar que el 75% de los docentes encuestados han participado de foros virtuales haciendo uso de las plataformas sociales, Facebook y Twitter y dentro de sus opiniones se destaca que el 97,3% consideran que las plataformas sociales permiten al estudiante ser participativo , disminuyendo prejuicios , liberando complejos y así permite al docente descubrir talentos que no se pueden percibir a simple vista entre los estudiantes tímidos que por diversas causas se les complica expresarse en persona.

En cuanto al rendimiento académico, de acuerdo a las evaluaciones efectuadas antes y después de la aplicación de las plataformas sociales, se registró un alza significativa en las calificaciones, en un 98%, en cuanto a cumplimiento de tareas, trabajos grupales, participaciones en debates, desarrollo de ejercicios de programación propuestos, gracias al empleo de las plataformas digitales (Facebook Live, YouTube Live). Figura 2.

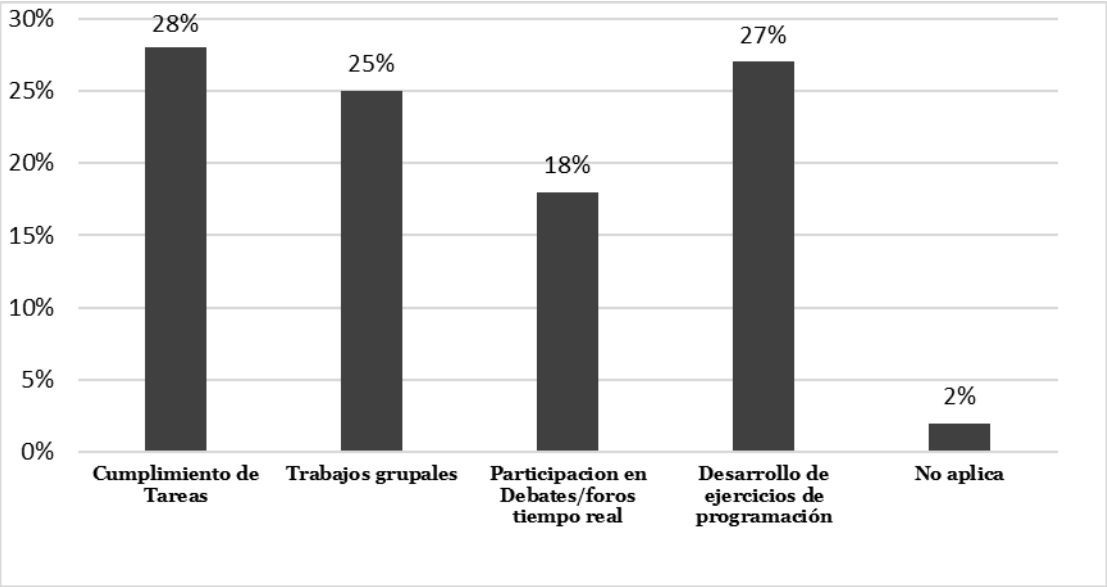


Figura 1 Mejoras en Rendimiento Académico con las plataformas sociales

Y es que las plataformas sociales con es el caso de Facebook constituyen no solo una herramienta de entretenimiento se comprobó que puede ser adaptada y utilizada en contextos educativos que fomentan espacios de dialogo para foros de discusiones, análisis de videos, trabajo colaborativo e intercambio de información y conocimientos, logrando así una mayor interacción entre docentes y estudiantes. Las plataformas sociales son un fuerte soporte en el aprendizaje colaborativo en la organización de los equipos de estudio, lo que va a requerir que los docentes utilicen métodos creativos, se les permite a los alumnos autoevaluarse, es decir, ser objetivos consigo mismos y hablar sobre las dificultades que hayan podido tener a la hora de desarrollar la tarea planteada por el docente. En todo caso la autoevaluación es un indicador importante a la hora de analizar los beneficios de la aplicación de determinada técnica determinado los pro y contras y así avanzar en la calidad de la educación.

Así mismo los avances a nivel educativo ha permitido el cambio roles donde el docente aparece como el facilitador y guía en el proceso de aprendizaje donde es el estudiante quien construye y genera su propio conocimiento todo esto apoyado por el aprendizaje colaborativo en todo su esplendor (C. A. Collazos, L. Guerrero y A. Vergara, 2001: 3). A los alumnos se les considera como agentes activos de su proceso de enseñanza y aprendizaje, y a los docentes, como guías que facilitan y regulan ese proceso.

Se pudo ver también que los usos educativos de videos en las plataformas sociales como en el caso de YouTube permitieron compartir experiencias y motivar a los estudiantes a crear conocimiento y no simplemente a descargar lo que otros han creado, es hora que la universidad ecuatoriana cree sus propis materiales educativos que sean visto a nivel mundial.

De Igual forma twitter se utilizó en espacios que permitieron ir trabajando el intercambio de conocimientos y sirven de plataforma de aprendizaje para hacer la clase más amena e interesante. En esto coincidieron el 89% de los docentes, ya que las plataformas sociales permitiendo al estudiante explorar y crear su propio espacio de aprendizaje sin desvincularse del ámbito presencial y cultural más bien incluyeron técnicas que de alguna manera se manejan en la educación presencial.

Esta investigación demuestra la aceptación por parte de estudiantes y docentes, de la carrera de Informática de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil, con lo que se demuestra la importancia de incluir a las plataformas sociales en la gestión de procesos en la educación superior del Ecuador y así entrar en la nueva sociedad del conocimiento junto al resto países de América Latina, (Islas y Carranza, 2011), donde la utilización de las plataformas sociales está ganando cada vez más terreno en la educación superior.

CONCLUSIONES

La inclusión de la tecnología en la educación viene a darle un baño de innovación y creatividad al proceso de enseñanza aprendizaje, en la que el docente debe incluirse y sentirse parte de este cambio. La educación entra en una era digital cargada de conocimiento al alcance de tan solo un clic donde el conocer ya no es exclusivo del docente sino de los mismos estudiantes quienes construyen su conocimiento y enriquecen el proceso de enseñanza aprendizaje. Las gestiones de los procesos en la educación superior conjuntamente con las redes sociales van a transformar los procesos de enseñanza aprendizaje dando un enfoque claro y pertinente que procure generar nuevos conceptos y normas en pro de una educación de calidad. Las plataformas sociales generan la necesidad de pertenecer a una gran comunidad virtual y dentro de ella viene el aprendizaje social.

Un aprendizaje ameno, sencillo, informal que rompe barreras de tiempo y espacio, donde se crea el ambiente propicio para construir y asimilar el conocimiento, que luego van a permitir entablar lazos de apoyo entre los compañeros de curso donde se rompe con la formalidad del aula de clases y se promueve el aprendizaje colaborativo lo que conlleva a mejorar su rendimiento académico y sobre todo a cultivar valores que tanto le hace falta a la sociedad, se maneja el tema de la tolerancia, el respeto a la diversidad pero sobre todas las cosas se trabaja la cooperación y apoyo. Se trata de optimizar las plataformas sociales en busca del conocimiento conjuntamente con la calidad humana.

Se puede concluir entonces en base a los resultados obtenidos en este estudio que el uso de las plataformas sociales a nivel académico, tiene un gran nivel de aceptación entre docentes y estudiantes, por lo que se hace necesario un sistema de capacitación y concientización sobre el uso y manejo responsable de estas plataformas en el proceso de enseñanza aprendizaje, así como también se requiere la generación de políticas institucionales que regulen y permitan su aplicación de las plataformas sociales en la gestión de procesos en la educación superior del Ecuador.

BIBLIOGRAFIA

Albert Gómez, M. J., & Cejudo, J. M. (2007). La investigación educativa: Claves teóricas.

Rodríguez, G. B., & Tenorio, F. L. (2005). El aprendizaje colaborativo: una vía para la educación de postgrado. Revista Iberoamericana de Educación, 37(3), 6.

Clares, J. (2006). Informática Aplicada a la Investigación Educativa. Sevilla: Digital Atres.

Colás, M. y Buendía, L. (1998). Investigación Educativa. Sevilla: Alfar.

Chan, K. & T. Spedding. 2003. An integrated multidimensional process improvement methodology for manufacturing systems. Computers & Industrial Engineering 44: 673-693.

Vecino Alegret, F. (1996). Conferencia regional sobre políticas y estrategias para la transformación de la Educación Superior en América Latina y el Caribe. Habana. Noviembre.

Collazos, C., Guerrero, L., & Vergara, A. (2001, November). Aprendizaje Colaborativo: un cambio en el rol del profesor. In Proceedings of the 3rd Workshop on Education on Computing, Punta Arenas, Chile.

Ferrer, T., & Pelekais, C. D. (2004). Tendencias gerenciales y la gestión universitaria.

García de Fanelli, A. M. (1998). Gestión de las universidades públicas: la experiencia internacional.

Gardner, R. A. (2001). Resolving the process paradox. Quality progress, 34(3), 51.

Gómez, M., Roses, S., & Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. Comunicar, 19(38), 131-138.

Torres, C. I., & Alcántar, M. D. R. C. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje.¿ Transformación educativa?. Apertura, 3(2).

Jovanovic, J., Chiong, R., & Weise, T. (2012). Social networking, teaching, and learning. Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management, 7, 38-43.

León, O. y Montero, I. (2004). Métodos de investigación en Psicología y Educación. Madrid: McGraw-Hill.

Cerd, F. L., & Planas, N. C. (2011). Posibilidades de la plataforma Facebook para el aprendizaje colaborativo en lnea. RUSC. Universities and Knowledge Society Journal, 8(2).

Martín Fernández, L., Martínez Núñez, M., Pérez Aguiar, W. S., Latorre Martínez, M. P., & Hermoso, R. (2017). Construyendo el capital intelectual en la gestión del conocimiento para el aprendizaje en una administración pública española.

Moreira, M. A., Machado, J. F. B., & Santos, M. B. S. N. (2015). Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio.: Apuntes para la alfabetización digital. Revista de estudios de juventud, (109), 13-32.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. On the horizon, 9(5), 1-6.

Ruíz, J. (1995). El Estudio de Casos. Fundamentos y Metodología. Madrid: UNED.

Viedman, J. (2003). Los pasivos intangibles y el capital intelectual en la universidad pública española. Ponencia congreso internacional virtual de intangibles.

LÍNEAS TEMÁTICAS:

MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD

INNOVACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA AGRICULTURA

ISBN: 978-9942-960-44-3

001. NOTAS DE UN ENSAYO DE ARTE DE PESCA VIVENCIAL EN PUERTO EL MORRO – GUAYAS, ECUADOR.

Notes of an experimental fishing gear test in Puerto El Morro - Guayas, Ecuador.

Autores:

Quevedo Pinos Olga[1], Irma Barzola Zambrano[2], Willan Revelo Ramírez[3], Ángel Muñoz Quimì[4] Facultad de Ingeniería Química[1], Facultad de Ciencias Matematicas[2],Universidad de Guayaquil Ciudadela Salvador Allende Av. Delta y Av. Kennedy Guayaquil - Ecuador, Instituto Nacional de Pesca[3y 4] Letamendi 102 y La Ría Guayaquil - Ecuador.
olga.quevedop@ug.edu.ec[1]

RESUMEN:

En Puerto El Morro, Provincia del Guayas – Ecuador, se experimentó con el diseño de dos artes de pesca: línea de mano de fondo y línea vertical a la deriva para peces demersales, para ser empleadas en el desarrollo de la pesca vivencial, como alternativa de desarrollo para los colectores de moluscos (*Anadara tuberculosa*, *A. similis*), y crustáceos (*Ucidis occidentalis*), que ven aminoradas sus economías durante las épocas de veda. Se caracterizó la actividad pesquera artesanal que realizan los pescadores de Puerto El Morro, así como las ganancias y la inversión que realizan en esta. Son 18 los colectores identificados entre los 37 a 58 años que no están integrados directamente en los beneficios del turismo, se diseñaron dos artes de pesca que fueron innovadas para los pescadores, se realiza una descripción y grafican los componentes de esta con la finalidad de brindar oportunidades de que se incluyan en la industria del turismo.

Palabras clave: Morro, pesca, turismo, vivencial.

SUMMARY:

In Puerto El Morro, Province of Guayas, Ecuador, we experimented with the design of two fishing gears: bottom hand line and vertical line to the right for demersal, to be used in the development of experiential fishing, as an alternative of development for the collectors of molluscs (Anadara tuberculosa, A. similis), and crustaceans (Ucidis occidentalis), which have been reduced during the closed season. The artisanal fishery activity carried out by the fishermen of Puerto El Morro was characterized, as well as the profits and investment made in it. There are 18 collectors between the ages of 37 and 58 who are not integrated into the benefits of tourism, two fishing gears were designed that were innovated for fishermen, a description was made and the components of it were graphed in order to provide opportunities that are included in the tourism industry.

Key Words: Morro, fishing, tourism, experiential.

INTRODUCCIÓN

La pesca vivencial en el Ecuador es una actividad que está regulada en la provincia de Galápagos, (Registro Oficial No. 483, diciembre 08 de 2008), la Pesca Artesanal Vivencial, se la reconoce como una actividad alternativa para los pescadores artesanales que utilizan elementos básicos como las artes de pesca, las embarcaciones y su conocimiento sobre los sitios donde pescar, factores que permiten vincular al turista con la realidad del pescador en alta mar y su cultura (Caicedo 2015).

En las costas del Ecuador las actividades de pesca artesanal se desarrollan a lo largo del filo costero y hasta la zona intermareal que avanza hasta 60 km En el Golfo de Guayaquil y los estuarios, estas actividades se han visto cada vez más limitadas por las formas de organización del territorio ya sea por la presencia de la industria del camarón, las concesiones de manglar otorgadas a los usuarios ancestrales, las áreas Marino Costeras Protegidas, las redes de Estacadas colocadas al filo de los manglares, la veda total al manglar (Registro Oficial No. 418 septiembre 10 de 2004) y las actividades de los puertos navieros.

Frente a esto los pescadores locales sienten que los accesos a los recursos ictiológicos cada vez son más limitados por la diversidad de actores que inciden en un recurso global como es el Golfo de Guayaquil y que al momento de ser aprovechado tiene una diversidad de nichos que son limitados por las épocas de veda, momento en que el pescador tiene que buscar alternativas de trabajo, tornando su mirada hacia el turismo.

El propósito del presente trabajo es describir sintéticamente:
Las condiciones de las actividades de los pescadores y demostrar la confección de dos artes de pesca en la comunidad de pescadores de Puerto El Morro.

Aproximación situacional de los pescadores artesanales recolectores de Puerto El Morro.

La categoría del área protegida Refugio de Vida Silvestre (AM Nro. 266 del 12 de septiembre del 2007), la califica cómo el área indispensable para garantizar la existencia de la vida silvestre, residente o migratoria, con fines científicos, educativos y recreativos (MAE, 2010), lo cual genera conflictos entre los pescadores de la Junta Parroquial “El Morro” del Cantón Guayaquil, provincia del Guayas, quienes ancestralmente han estado vinculados con las pesquerías que brinda la zona, pero hasta la actualidad no cuentan con el derecho consuetudinario de acceder a concesiones de manglar mediante el Acuerdo Ministerial de Uso y Custodia del Manglar (AM No. 129 del 11 de septiembre de 2010), fuera o dentro del área protegida.

El Plan de Manejo del Refugio de Vida Silvestre reconoce y acepta las actividades pesqueras bajo el esquema de Zona de Uso Múltiple con prioridad para pesca solo en el canal principal del estuario, con una superficie de 2.212,16 ha correspondiente a sitios identificados con prioridad para pesca, turismo y conservación, (MAE, 2010), sitio donde se extrae manualmente el Cangrejo rojo (*Ucides occidentalis*) y representa un rubro importante dentro de los ingresos económicos locales, siendo en la actualidad destinados mayoritariamente a su comercialización (Zambrano y Meiners, 2018).

La composición etaria de los pescadores dedicados a la colecta de moluscos y crustáceos es del 55%, siendo las edades mínimas los 37 y 58 años, este es el primer grupo que durante la veda cambian su actividad a la pesca blanca 75%, las otras opciones son la albañilería o quedarse en casa (Cuadro 1).

Cuadro 1. Composición etaria de los pescadores y actividades de pesca en Puerto El Morro.

Porcentaje	Edad (años)	Actividades pesqueras		Cambio de actividad por veda	
32%	37- 47	33%	Colectores de Cangrejo (*Ucides occidentalis)*	75%	Pesca blanca
23%	48 -58	8%	Colectores de Concha (*Anadara similis* y *A. Tuberculosa*)	8%	Albañilería
18%	59 -69	59%	Pesca blanca	17%	Se queda en casa
9%	70 -80				

Elaboración propia.

El 57% de los pescadores utilizan el arte de pesca gancho/varilla ya que se dedican a colección de Concha y Cangrejo, el 30% no utilizan ningún tipo de arte, el 9% hacen uso de malla y el 4% del anzuelo. El 62% de la población encuestada posee embarcación propia, el 19% alquila y el otro 19% de los encuestados no posee embarcación.

Los pescadores están vinculados con la actividad turística, a través del expendio de sus capturas, así el 58% de los pescadores venden Concha y Cangrejo rojo a los restaurantes locales. El 38% se dedica a la pesca deportiva y el 4% a la observación de delfines. El 44% de los pescadores ofrece avistamiento de aves dentro de los paquetes para la observación de delfines, y pesca deportiva 43% y el 13 % se dedica a la narración de cuentos y leyendas.

Cuadro 2. Condiciones socioeconómicas de las actividades de los pescadores

Herramientas de los pescadores				Inversión motores (USD)		Mantenimiento embarcación (USD)		Costo de embarcación (USD)
Motores	Si 55 %	No 48%	Alquiler	10%	500 – 950	Valor 190 – 230	Tiempo c/ 6 meses	1000 - 4000
Embarcación	62 %	19%	19%	28%	1000-4000	300 – 400	c/ año	4000 – 7000
				14%	4500 - 7500			

Elaboración propia.

La inversión realizada por los pescadores de pesca blanca esta entre 1000 – 4000 USD por motor y el mantenimiento semestral o anual varía entre 190 a 400USD, estos pescadores

pueden trabajar también como comerciantes, e incluso alquilan sus embarcaciones (Cuadro 2).

El 81 % de los pescadores colectan los moluscos y crustáceos dentro del estuario y usan canoas a canalete, no hay una inversión significativa, ya que no compran hielo, comida o anzuelos, o comparten ocasionalmente el gasto de los hidrocarburos a emplearse por el traslado hasta los sitios de pesca que les procura el comerciante.
El 19 % de los pescadores que realizan sus faenas fuera o lejos del estuario invierten 13,50 UDS, en comida, hielo, y anzuelos, incluido el aceite para el combustible.

Cuadro 3. Gastos realizados durante la faena de pesca por los pescadores de Puerto El Morro.

Sitios de pesca	**Hielo uso Diario**			**Comida (por persona, durante las horas transcurridas en la faena)**			**Anzuelo**			**Aceite**		
	Si	No	Valor (USD)	Si	No	Valor (USD)	Si	No	Valor (USD)	Si	No	Valor (USD)
Dentro estuario		81%			39%			95%			36%	
Fuera estuario	10%		3,00-5,00	31%		2,50-5,00	5%		1,50 – 3,00	36%*		13,50
Lejano al estuario	9%		1,00-2,50	13%		8,50-11,00						

* El valor del aceite de transmisión es de $7.50 mensual y del aceite en el combustible es de $6.00 por L. que usan a diario. Elaboración propia.

Del 62 % de los pescadores que tienen embarcación en Puerto El Morro con faenas de pesca fuera del estuario, necesitan ahorrar mensualmente un promedio de ahorro 29,16 USD mensuales aproximadamente, para poder brindarles mantenimiento anualmente, y el 55 % de los pescadores con motores deben ahorrar 35,00 UDS mensuales aproximadamente, para el mantenimiento de los motores cada seis meses.

Los colectores de moluscos y crustáceos son los que tienen menores ingresos por la actividad, por ende, menor ingreso y menor posibilidad de inversión. Los sitios de colecta son cercanos a Puerto El Morro y no implica gasto de combustible, alimentación o hielo (Cuadro 3).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Pesca y el INEC (2010) hasta el 2014, la Parroquia Puerto El Morro contaba con 837 personas que se dedicaban a la Agricultura, silvicultura y pesca, cuya actividad económica principal es la pesca artesanal seguida de la actividad turística.

Embarcaciones y artes de pesca

El Instituto Nacional de Pesca en 2014, realizo un levantamiento de información relacionada con la actividad pesquera que efectúan los pescadores artesanales de Puerto El Morro,

contabilizándose que existen 154 embarcaciones, siendo las canoas (97,4%) las más representativas y las menos empleadas las pangas (0,7%) (Cuadro 4, Ilustración 1). En el cuadro 5 se presentan las características más sobresalientes de las embarcaciones artesanales utilizadas para la actividad pesquera como eslora, manga, puntal tipo de propulsión y caballaje de los motores.

Cuadro 4. Número de embarcaciones artesanales de Puerto El Morro y sus características.

Tipo embarcación	Cantidad Montaña	Realzada	Fibra	Madera	Total
Canoas	120	30			150
Pangas				1	1
Botes			3		3

Elaboración propia.

Ilustración 1. Muelle y embarcaciones en Puerto El Morro. Elaboración propia.

Cuadro 5. Características de las embarcaciones artesanales, Puerto El Morro.

Características Principales										
Tipo embarcación	Eslora (m)		Manga (m)		Puntal (m)		Tipo de propulsión		Hp	
	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	F/B	Remo	Mín.	Máx.
Canoa de montaña	6.2	6.5	0.7	0.8	0.3	0.4		si		
Canoa realzada	5.5	7.8	0.7	0.9	0.32	0.5	si		8	40
Pangas	6.05	6.05	1.36	1.36	0.64	0.64	si		40	40
Botes de fibra	3.6	7.07	1.25	1.83	0.47	0.55	si		48	75

Fuente: Instituto Nacional de Pesca, (2014).

La parroquia cuenta con 154 embarcaciones dedicadas a la pesca, quienes para la captura de las especies marinas utilizan diferentes artes de pesca (Cuadro 6) como:

- Enmalle de fondo: con este arte capturan especies como bagre (*Bagre* spp), pargo (*Lutjanus colorado, L. peru*), pelada (*Cynocion* spp), berrugate (*Lobotes pacificus),* lisa (*Mugil* spp), machetajo (*Centropomus* spp) y tollo (*Mustelus* spp).
- Red de estaca: aplicadas para el camarón mediano y menudo (especies de bajo valor comercial)
- Espinel de fondo: para la pesca de bagre (*Bagre panamensis*, *B. pinnimaculatus*, *Bagre* spp, *Arius jordani*, A*rius* spp) y corvina (*Cynoscion albus*, *Cynoscion* spp).
- Línea de mano: para atrapar corvinas (*Cynocion* spp).

[1]Cuadro 6. Artes de pesca utilizadas por los pescadores artesanales de El Morro.

Tipo de arte	Características principales												
	Línea madre		Reinal						Anzuelo				
	Material Ø	Material Ø	Long. (m)		LER (m)		CRE		Tipo de anzuelo		Cantidad		
			Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Boya	Peso	Tamaño	J Recto	Torcido	Mín.	Máx.
Palangre de fondo	PP-PA 2.0	PP-PAm 0.8	0.8	1.4	2	3.2		15-25			Si	350	600
Línea de mano de fondo	PAm 1.20	PAm 0.8	0.6	0.8	1	1.2		20			Si	1	2

Fuente INP, (2014).

Los modelos de pesca vinculados al turismo

De acuerdo a la FAO, (2014:74), se define a las formas de pesca recreativa de acuerdo a la generación de ingresos y empleos que estas han generado y sus usuarios potenciales:
La pesca deportiva: generalmente la practican personas de elevado nivel económico, bien sea con fines exclusivamente de esparcimiento o también de competencia en torneos nacionales e internacionales. Sus especies objetivo incluyen peces demersales de zonas costeras, especies altamente migratorias (túnidos, picudos, dorados) y otros pelágicos.
b. La pesca recreativa: suelen practicarla aficionados de todos los niveles socioeconómicos con fines de esparcimiento en aguas marinas y dulces. Algunas especies que se capturan en

[1] LER: longitud entre reinales
CRE: cantidad de reinales entre
F/B: fuera de borda
M/E: motor estacionario
S/D: sin dato
PP: polipropileno
PA: poliamida multifilamento
PAm: poliamida monofilamento
PE: polietileno

aguas marinas son: pargo, róbalo, mero, cherna y jurel; mientras que en aguas dulces se buscan la trucha, sábalo real, gaspar y sargento.
c. La pesca vivencial: es aquella actividad en donde los turistas practican la captura de peces con cuerdas en lagos, lagunas o zonas marinas en cantidades limitadas. También es una atractiva alternativa económica para los pescadores artesanales, quienes utilizan sus embarcaciones y medios de captura para el servicio de los turistas, brindándoles, a su vez, la oportunidad de conocer su cultura y modo de vida.

El conocimiento tradicional que poseen los pobladores de Puerto El Morro respecto a la pesca artesanal es un elemento que puede convertirse en una oportunidad para quienes deseen aventurarse en el delta del Guayas y capturar especies ictiológicas con mecanismos artesanales, ésta actividad ya se realiza en Galápagos (Comision Técnica Pesquera de la Junta de Manejo Participativo, 2009), la cual está legalizada y no puede ser confundida con la pesca deportiva.

Muñoz, (2006) describe que la pesca vivencial en las costas ecuatorianas se realiza sin ordenamiento ni control, ya que la infraestructura existente no garantiza que se pueda lograr un nivel de satisfacción óptimo en los turistas¸ la pesca deportiva se realiza informalmente en las costas del Ecuador Continental, pero no tiene ningún tipo de regulación, ni línea base creada para el registro de la actividad como tal.

El turismo y sus diferentes modalidades han creado segmentos dedicados a diferentes nichos de mercado, como el de la pesca artesanal vivencial (FFLA, 2006), que hoy en día es una actividad que es acogida por grupos de turistas elitistas que pueden acceder a la actividad, por los costos que la misma implica Farnet, (2013).

Ilustración 2. Experimentación con línea de mano de fondo y línea vertical a la deriva para la captura de peces Demersales.

Descripción del arte de pesca ensayado en Puerto El Morro.

Las artes de pesca fueron construidas con los técnicos del Instituto Nacional de Pesca, después de haber realizado reuniones de trabajo con los pescadores de Puerto El Morro, durante un mes en el 2016, el arte fue aplicada con los pescadores en las ensenadas del estuario de Puerto El Morro a 20 minutos de la Desembocadura del Golfo de Guayaquil, en anexos se gráfica y conceptualizan dos artes de pesca la línea de mano de fondo y la línea vertical.

“Línea de mano de fondo” es un arte de pesca activo y de enganche, sus secciones estructurales están formadas por una sola línea principal o madre, calado en forma vertical en ella prende líneas secundarias o reinales donde se sujetan los anzuelos con la carnada o cebo que sirve de atrayente de los peces.

“Línea vertical” es arte de pesca activo, desplazamiento o deriva y de enganche, sus secciones estructurales están formadas por una línea principal o madre calado en forma vertical en ella prende líneas secundarias o reinal donde se sujetan los anzuelos con la carnada o cebo que sirve de atrayente de los peces. Los componentes de este sistema de aparejamiento del arte de pesca lo constituyen la línea de flotación u orinque, tensor de caucho y un dispositivo metálico en forma de triángulo.

CONCLUSIONES

El uso de la línea de mano respondió con mayor rapidez el cebo colocado fuero camarones, la captura se realizó en uno de los sitios donde las camaroneras abren sus compuertas y los pescadores conocen que los peces llegan al sitio para alimentarse.

Es necesario dedicar un mayor tiempo a la implementación del arte de pesca para comprobar que efectivamente se puede convertir en un elemento que ayude al desarrollo de la actividad. Los costos para la confección del arte no superan los 30,00 USD, la compra de los elementos al por mayor bajaría los costos significativamente.

Los sitios de pesca son en la desembocadura del Estero y estos pueden ser marcados o georreferenciados para próximas visitas o experimentación del arte de pesca. los especímenes que habitualmente pescan son corvina y pargos; las embarcaciones en las que se realizaron las salidas de campo no están habilitadas para atender la demanda de la pesca vivencial, se requiere de apoyo económico para que los pescadores puedan integrar a la industria del turismo.

En el muelle de Puerto El Morro solo un pescador se dedica a esta actividad, lo hace de manera esporádica de acuerdo con la demanda del momento, esto ocurre dos o tres veces al año, de las conversaciones mantenidas nos expresó que generalmente esta actividad la solicitan personas de la sierra, quienes siempre traen cajas refrigeradas para retornar con la pesca y prepararlas de manera privada.

Se requiere de la Instalación de mecanismos de captación de clientes y de promoción de la actividad de la pesca vivencial. Los colectores de concha y cangrejo requieren de apoyo económico para el desarrollo de la pesca vivencial, y tornándola así en una alternativa de trabajo.

El desarrollo de las capacidades, en los colectores del Morro son escasas e incipientes, proceso en los que no han podido participar por escasez de recursos económicos o por tener avanzada edad. Es necesario dejar establecida una línea base respecto a la demanda de la actividad de pesca vivencial en Puerto El Morro.

BIBLIOGRAFÍA.

Acuerdo Ministerial Nº 129 (2010) Publicado en el Registro Oficial No. 283 Procedimiento para la aprobación y concesión de los Acuerdos de Uso Sustentable y Custodia a favor de las comunidades ancestrales y los usuarios tradicionales.

Acuerdo Ministerial No. 266 (2007). Publicado en el Registro Oficial Nro. 180, del 12 de septiembre del 2007. República del Ecuador. https/www.registroficial.gob.ec/

Caicedo (2015). Propuesta de Pesca Vivencial como actividad Turística en el Sector de Puerto Conchero, Tenguel, Provincia del Guayas. ESPOL Dspace. *http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/30566*.

Comisión Técnica Pesquera de la Junta de Manejo Participativo. 2009. Capítulo pesca del Plan de Manejo de la Reserva Marina de Galápagos. Galápagos – Ecuador.http://www.carlospi.com/galapagospark/documentos/DPNG_plan_de_manejo_rmg_capitulo_pesca.pdf

FAO, (2014). Contribución de la pesca y la acuicultura a la seguridad alimentaria y el ingreso familiar en Centroamérica. Panamá.

Farnet Magazine (2013). Uniendo la Pesca con la economía del Turismo. No. 9 Otoño invierno ISSN1831-5739. Info@farnet.eu; www.farnet.eu

Fundación Futuro Latinoamericano (FFLA) (2006). La pesca artesanal vivencial en Galápagos. Futuro Latinoamericano USAID. 52 pp.

Instituto Nacional de Pesca (2014). *"Boletín especial Puertos, caletas y asentamientos pesqueros artesanales del Ecuador".* Tomo 2, Año 04, N_0 01.

Instituto Nacional de Estadísticas, y Censos, (2010). Mujeres y Hombres, El Ecuador en cifras III, Serie Información Estratégica.ISBN: 978-9942-07-390-7. ONU Mujeres. http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf

Ministerio del Ambiente (2010). "Plan de Manejo del Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro". Página de consulta: http://suia.ambiente.gob.ec/ documents/10179/242256/21+Plan+de+manejo+morro.pdf/641cd58c-5c57-4695-bcb5-0aff93c2db7a

Muñoz, E. (2006). Normas Técnicas para el ordenamiento de las actividades turísticas de Buceo recreativo, Observación de Ballenas y Delfines y Pesca Vivencial en la Franja Costera Continental de Ecuador. Programa de Manejo de Recursos Costeros - Ecuador http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/geovanna/Informe%20final%20normas%20t%C3%A9cnicas%20buceo%20pesca%20vivencial%20en%20la%20faja%20costera%20Ecuatoriana.pdf Fecha de Consulta: marzo 24 de 2018;

Registro Oficial No. 483, del 08 de diciembre de 2008, la Pesca Artesanal Vivencial (Pesca Vivencial).

Registro Oficial Suplemento 418 de 10-sep.-2004 - Última modificación: 29- dic.-2014 Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre. Https//ley%20forestal%20y%20conservacion.pdf

Zambrano R y C. Meiners (2018). Notas sobre taxonomía, biología y pesquería de *Ucides occientalis* (Brachyura: Ocypodidae) con énfasis en el Golfo de Guayaquil, Ecuador. Revista peruana de biología 25(1):055-066 (2018) doi:httpdx.doi.org/10.15381/rpb.v25i1.13821

002. ECOINNOVACIÓN: PROMOVIENDO EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL CANTÓN SAMBORONDÓN- GUAYAS ECUADOR

ECOINNOVATION: PROMOTING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF CANTÓN SAMBORONDÓN- GUAYAS ECUADOR

César Augusto Pozo Estupiñan, Econ.
Economista énfasis Economía Empresarial (Ecuador).
Departamento de Investigación Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil, Ecuador.
cpozo@ecotec.edu.ec

Rafael Antonio Sorhegui Ortega, Ph.D.
Doctor en Ciencias Económicas (Cuba).
Director de Investigación Universidad Tecnológica ECOTEC y Docente Titular de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil, Ecuador.
rsorhegui@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La ecoinnovación promueve el desarrollo sostenible del cantón Samborondón, con la realización de este estudio se busca otorgar una alternativa diferente a las demás, para así poder alcanzar el desarrollo sostenible por medio del uso de la ecoinnovación, buscando de esta manera optimizar el uso de los recursos naturales por parte de las empresas y los ciudadanos, reduciendo el nivel de contaminación en el medio ambiente. Para alcanzar el objetivo del estudio, se realizó una investigación cualitativa, en la cual era necesario la opinión de expertos en la temática y sus criterios acerca de las variables de estudio requeridas para el software Micmac para una mejor identificación de las variables claves.

En consecuencia, se pudo evidenciar a través del método utilizado que en el cantón de Samborondón no se puede medir la ecoinnovación, debido a la falta de cumplimiento en los indicadores necesarios para la medición de la misma, es por esto que existe la necesidad imperativa de innovar y desarrollar nuevas tecnólogas, sin dejar de lado la conservación y cuidado del medio ambiente, para así poder alcanzar el desarrollo sostenible para todos.

Palabras claves: Ecoinnovación, desarrollo sostenible, medio ambiente y contaminación.

ABSTRACT

The eco-innovation promotes the sustainable development of the Samborondón canton, with the completion of this study it is sought to grant a different alternative to the others, in order to achieve sustainable development through the use of eco-innovation, thus seeking to optimize the use of natural resources by companies and citizens, reducing the level of pollution in the environment. To achieve the objective of the study, a qualitative investigation was carried out, in which the opinion of experts in the subject and their criteria about the study variables required for the Micmac software was necessary for a better identification of the key variables

Consequently, it was possible to demonstrate through the method used that in the canton of Samborondón the eco-innovation cannot be measured, due to the lack of compliance with the necessary indicators for the measurement of it, that is why there is an imperative need for innovate and develop new technologists, without neglecting the conservation and care of the environment, in order to achieve sustainable development for all.

Keywords: Eco-innovation, sustainable development, environment and pollution.

INTRODUCCIÓN

La ecoinnovación es la producción, aplicación o explotación de un bien, servicio, proceso de producción, estructura organizativa, gestión o método comercial que sea novedoso para la empresa o el usuario que, resulte a lo largo de su ciclo de vida, en una reducción del riesgo ambiental, la contaminación y los impactos negativos del uso de recursos (incluido el uso de la energía) en comparación con las alternativas relevantes. (Rovira, Patiño, & Schaper, 2017) Por tanto, el concepto de ecoinnovación incluye a las actividades que fomentan la protección del medio ambiente y la reducción de emisiones de carbono, incluyendo todo el proceso productivo para generar nueves bienes y servicios, integrado a nuevos sistemas organizativos dirigiendo a un mejor diseño tecnológico e institucional para un equilibrio entre los recursos, la producción de residuos y los términos ambientales evaluados por los protocolos firmados. (Saucedo, Rullán, & Laos, 2016)

La escala de los problemas ambientales, junto con las desigualdades sociales y los desafíos de competitividad dentro de la economía global, han aumentado la conciencia sobre la necesidad de cambiar y renovar la producción tecnológica existente y los patrones de comportamiento social. En el mejor de los casos, tal conciencia puede producir respuestas innovadoras que muevan gradualmente a la sociedad por un camino más sostenible. Las herramientas para tal transformación se han desarrollado en el campo de la gestión ambiental, concretamente en marcos tales como la ecoeficiencia, ecología industrial y diseño para el medio ambiente. (Carrillo-Hermosilla, del González, & Könnölä, 2009)

Desarrollando una urgencia por el cambio que ha llevado a una mayor aplicación del término “innovación” en la gestión y política ambiental. A pesar de la promesa de innovaciones ecológicas, el término también se usa en diversos contextos con diferentes connotaciones profundas que pueden eventualmente disminuir su valor práctico. A su vez, la ecoinnovación se refiere a las tecnologías que mejoran el desempeño económico y ambiental, pero también cambios organizativos y sociales para mejorar la competitividad y la sostenibilidad con sus pilares sociales, económicos y medioambientales, para cumplir objetivos a medio y largo plazo. (Acosta, 2014)

Por otra parte, es muy importante resaltar que la innovación ejerce un papel fundamental en la temática abarcada, frente a la actual situación por la que atraviesan las empresas con un eje tradicionales estando hoy en día más que nunca interesados en innovar, pese a la mala situación económica que atraviesa la región, además las compañías mantienen su postura de que la innovación es un asunto relevante, pero no de vital importancia. De este modo, el nivel o capacidad de innovación que llevan a cabo dichas empresas varía dependiendo de muchos factores externos e interno. (Tirado, 2016)

Asimismo, el comercio y la economía regional se encuentran con tendencia a la desaceleración hasta llegar a un estancamiento de las mismas, generando un mal augurio para los años venideros. Asimismo, la persistencia de la desigualdad, la pobreza y la caída de la inversión, generando un escenario desfavorable para América Latina.

Debido a la actual crisis que enfrenta la humanidad los diversos organismos internacionales buscan solucionar la necesidad imperativa de transformar en verdes las economías, a su vez, mejorar los actuales patrones de producción y consumo, dando pie a la creación de la ecoinnovación como una nueva herramienta para llevar a cabo ese cambio. Es necesaria la ecoinnovación puede conducir a una economía más redistributiva, sostenible y competitiva,

por estas razones fundamentales: una mejora en la eficiencia del uso de los recursos, satisfaciendo los procesos productivos con un menor uso de insumos energéticos, minimizando así el deterioro ambiental. (Velázquez-Castro & Vargas-Martínez, 2015)
La ecoinnovación, en el campo económico, por años ha intentado abrir una brecha entre las diferentes teorías sociales existentes. Sin embargo, en las últimas décadas su existencia se ha encontrado ubicada en la mera conceptualización, sin haber sido puesta en práctica, pero para poder lograr desarrollar este concepto es necesario tener en cuenta todos los sectores de la sociedad que intervienen para su desarrollo, así mismo sus intereses.

Por lo tanto, algunos países de la región como Brasil, Perú y Argentina buscan impulsar la investigación en el campo de la innovación, pero lamentablemente aún es demasiado pronto para combinar a la innovación con la ecología, para así tener los primeros indicios del nacimiento de la ecoinnovación en América Latina.
Para así evitar la extinción de múltiples especies animales a nivel mundial y mejorar el tratamiento adecuado de aguas residuales y residuos sólidos, siendo esto los principales factores que amenazan de manera constante el delicado equilibrio ecológico de la región y el mundo, donde las medidas que se optaron para el control del impacto ambiental de las actividades productivas en la mayorías de los casos, son escazas o no existen en su totalidad. De esta forma es necesario un adecuado y optimo uso de recursos, además de proteger el medio ambiente para generar un producto de calidad y sustentable en el tiempo. Asimismo, si la utilización que se realiza del medio ambiente no se concibe debidamente y de forma racional, se puede dañar al medio ambiente y repercutir en el propio desarrollo, además, un aprovechamiento inteligente del capital territorial (su medio ambiente y ecosistemas) es un pilar necesario para propiciar el desarrollo regional. (Santa Cruz Rodríguez, Domínguez Allende, & González Laucirica, 2015)

En el Ecuador el nivel de investigación y recursos destinado al desarrollo de la innovación no se pude prestar a comparación con los países antes mencionados, lo que muestra el drástico cambio, que debe realizar el país para adaptarse a las necesidades actuales.
La necesidad imperativa que presenta el sistema económico actual de administrar de manera eficiente y racional los recursos naturales, para así alcanzar un bienestar social, siempre y cuando no se comprometa la calidad de vida de las futuras generaciones. Tal como se presenta en el objetivo 3 del “Plan de Desarrollo toda una vida 2017-2021”, en el cual el estado ecuatoriano busca garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones. Igualmente, el cumplimiento de este objetivo representa uno de los retos principales en el ámbito del desarrollo sostenible, al intentar posicionar al medio ambiente como uno de los ejes fundamentales dentro de la competitividad del desarrollo local.
El panorama presente está cambiando, pero sin ningún signo de mejora, al contrario, no se ha proseguido a hacer algo al respecto con esta problemática que a la larga desembocaría en una situación crítica e insostenible para el bienestar social.

Lamentablemente, las iniciativas de ecoinnovación son muy débiles, generando así diferencias entre países y sectores, la misión coyuntural de estos gobiernos planifica alcanzar que sus sociedades sean prósperas sin dejar atrás un ambiente en armonía, pero es muy importante que promuevan innovaciones correctas a sus propósitos, es decir que estén ambientalmente arraigadas a los problemas actuales y futuros.

Estas innovaciones deben proponer factibilidades para reducir el consumo de energía y recursos, pero en la globalización del concepto se debe lograr cambios mundiales que logren el desarrollo sostenible. En este sentido, innovar se ha convertido en una prioridad para el desarrollo económico, sin olvidar el aspecto medio ambiental.

Para lograr alcanzar una óptima responsabilidad social es importante que las organizaciones empleen los fundamentos básicos de la ecoinnovación para mejorar la condición social, respondiendo a las necesidades de las mismas, proporcionado una alternativa a la problemática actual que atraviesa el cantón de Samborondón y el país en general.

2. MÉTODOS & MATERIALES

El presente estudio se enmarca dentro del enfoque cualitativo, puesto que se desarrolla dicha etapa donde se definen las variables con sus características para luego ser evaluada bajo un sistema denominado Micmac, el cual es una herramienta utilizada al momento de realizar métodos prospectivos en un análisis.

El enfoque cualitativo Según Hernández, Fernández & Baptista (2010), por lo común, “se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación, con el propósito de “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido.”

El tipo de diseño de la investigación es exploratorio-descriptivo porque consiste en aplicar el análisis del método prospectivo orientado al diagnóstico estratégico para la planificación municipal, que estará conformado por encuestas a un grupo de expertos con años de experiencia en temas de desarrollo local, gestión municipal y planificación en el cantón Samborondón, provincia del Guayas.

La técnica de recolección de datos en la aplicación del análisis estructural con la herramienta Micmac, la define el grupo de expertos a través de método Delphi, siendo este último un procedimiento donde se elabora una matriz de la evolución de variables a través de la confección estadística de las opiniones de expertos sobre el tema tratado. El mismo permite alcanzar una imagen integral y más amplia de su posible evolución, reflejando las valoraciones individuales de los expertos.
Para objeto de esta investigación, la etapa de definición de variables queda validada por los lineamientos establecidos por la Unión Europea, el cual es un referente internacional en el campo de la ecoinnovación.

2.1. Especificación del modelo

La propuesta que se utilizará es el método prospectivo para la realizar un análisis estratégico se fundamenta en las bondades que ofrece la herramienta de Micmac para el análisis de variables y su relación, a continuación, se detalla las fases del modelo a implementar y luego se hará la aplicación de la propuesta para la validación del modelo prospectivo a aplicar. La herramienta Micmac admite extender un análisis prospectivo desde una reflexión colectiva, como es el de expertos en el área de gestión ambiental, desarrollo y teoría económica del Ecuador.

2.2. Operacionalización de las variables para el análisis

Para poder definir las variables adicionales requeridas para el estudio es necesario el uso del método Delphi, cabe recalcar que dichas variables no son las variables de investigación, sino para variables necesarias para el estudio, el método Delphi es una herramienta para el análisis prospectivo, mediante dicho método se definen los actores y las variables exógenas y endógenas para cumplir los objetivos de la investigación.

Para la investigación, las variables adicionales obtenidas para el diagnóstico estratégico vienen dadas de las áreas temáticas de la ecoinnovación descritas en el marco teórico para la medición de la misma; las cuales están segmentadas por componentes de manera que pretenden abarcar todas las potencialidades del territorio, con el objetivo de desarrollar un buen diagnóstico previo a la propuesta.

En total, se definen 10 variables cualitativas adicionales segmentadas en tres áreas de las cinco áreas temáticas originales de la ecoinnovación necesarias para la medición del presente estudio; se utilizaron estas variables, debido que las dos áreas no utilizadas en la investigación, son empleadas para la medición en países europeos donde ya existe el implemento de la ecoinnovación. Cabe mencionar, que en la actualidad en el Ecuador no existen registros de la implementación de la ecoinnovación.

Utilizando la codificación alfanumérica aplicada en el software Micmac, permitirá visualizar de una mejor manera las variables en el momento de realizar el análisis a través del método Delphi, donde se discutirá la influencia que ejerce cada una de las variables cualitativas con respecto a las otras, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 1. *Determinación de las variables cualitativas.*

Áreas	Variables	Código
Inputs de la ecoinnovación	▪ Gasto gubernamental en I+D en medio ambiente y energía	GGID1
	▪ Personal e investigadores en I+D	PIID2
	▪ Inversiones en industrias de tecnologías limpias	IITL3
Actividades de la ecoinnovación	▪ Empresas que han desarrollado actividades de innovación	EDAI4
	▪ Actividades de innovación para reducir el consumo de energía	AICE5
	▪ Organizaciones registradas en el estándar ISO 14001	ISO6
Resultados de eficiencia en el uso de recursos	▪ Productividad de materiales	PDM7
	▪ Productividad del agua	PDA8
	▪ Productividad de la energía	PD9

	▪ Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero	EGEI10

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Clasificación de variables

Las variables estudiadas se dividen en entorno y claves, a continuación, se describe el concepto de cada una.

- Variables Entorno.- Son las variables con escasa dependencia del sistema pueden ser consideradas un decorado del sistema.
- Variables Clave.- Para realizar la identificación de variables clave se aplica el modelo Micmac a través de un software que lo diagrama o clasifica en cuatro zonas dice Camelo & Treviño (2014). Estas zonas son: Zona de Conflicto, Zona de Poder, Zona de Salida, Zona de variables autónomas.
- Zona de variables autónomas. - tal como lo describe su nombre en esta zona de la gráfica se presentan aquellas variables que no afectan a nuestro sistema ya que no impactan ni son impactadas por las demás variables. (Alva & Díaz, 2018)

2.4. Determinación de expertos

Se hace referencia a los actores que controlan las variables clave surgidas del análisis estructural. El análisis de actores toma lugar a partir de la idea que indica que “cada actor social mantiene intereses que busca alcanzar o defender y utiliza el poder, así como el dominio que tiene sobre el sistema para generar estrategias y conseguir sus objetivos” (Camelo & Treviño, 2014). En resumen, se analizan los actores que forman parte del objeto de estudio y que mantienen un grado de influencia notable en el funcionamiento del sistema.

Se procedió a entrevistar a 5 expertos, por sus diferentes experiencias y conocimientos en diversos campos de estudios necesarios para la presente investigación, los cuales se detallan a continuación:

- Para la medición de la ecoinnovación en el ámbito de planificación se optó por el Econ. Alex Olalla Hernández, Mgs., por su amplia carrea, reflejada en sus cinco años en el área de planificación, además, de haber ostentado el cargo de Director de Planificación del GAD de Samborondón.
- Para la medición de la ecoinnovación en el ámbito académico se optó por el aporte del Econ. Guido Macas Acosta, Mgs., por su vasta experiencia como docente en la carrera de economía en la Universidad Ecotec.
- Para la medición de la ecoinnovación en el ámbito empresarial se buscó la colaboración del Econ. Arnaldo Vergara Romero, Mgs., por su gran éxito en el mundo laboral y su amplio conocimiento en el desarrollo de nuevas tecnologías.
- Para reforzar la medición de la ecoinnovación en el ámbito académico, se optó por solicitar el aporte del Lcdo. Rafael Sorhegui Ortega, PhD actual director de investigación en la Universidad Ecotec, además de contar con una experiencia mayor a los treinta años en el mundo de la educación.
- Para la medición de la ecoinnovación en el ámbito medio ambiental, se solicitó la colaboración del Lcdo. Kleber Vera Díaz, Mgtr., por su vasto conocimiento en políticas

que promueven la protección del medio ambiente, además de poseer el título de magister en gestión ambiental.

La información obtenida por los expertos es de vital importancia para la creación y sustentación de matriz de influencias directas que se desarrollara en el software Micmac.

2.5. Construcción de la matriz objetivo

Luego de definir las variables en la fase anterior, se construye una matriz NxN, donde N es el número de variables obtenidas, estas variables se las colocan de manera horizontal y vertical en forma prismática, para evaluarlas entre sí desde su dependencia e influencia entre sí.

Pero esta matriz de doble entrada relaciona las variables entre sí, justificando la existencia de cada una desde la pregunta si, existe una relación de influencia entre la variable X sobre la variable Y. En el caso de la matriz de influencias, esta tendrá un total de 10 variables donde se procederá a valorar la influencia de cada una con relación a la otra, esta valoración se la hará con el grupo de expertos señalados anteriormente, se lo hará en varias sesiones, donde se discutirá la valoración por componente.

La obtención de matrices objetivos, para realizar esta matriz se reconoce las variables clave para llena una matriz donde se valoran de la siguiente manera:

0.- Cuando la variable X no tiene influencia en la variable Y.
1.- Cuando la variable X tiene una débil influencia en la variable Y.
2.- Cuando la variable X tiene una influencia media en la variable Y.
3.- Cuando la variable X tiene una fuerte influencia en la variable Y.
P.- Cuando la variable X puede tener una influencia en la variable Y en un futuro cercano.

Para la elaboración de las valoraciones, dentro de las sesiones que se tuvieron con el grupo de expertos se consideró los supuestos siguientes para establecer con mayor objetividad dichas valoraciones:

- Las valoraciones serán sometidas a una discusión inicial donde se argumentarán las motivaciones y luego se hará una votación final considerando la mayoría de votos por cada valoración.
- Se deben considerar los componentes y las variables establecidas.

Después de conocer a los expertos necesarios para el funcionamiento del método en el apartado anterior, se procede a entrevistarlos uno por uno para conocer su opción sobre el nivel de relación o influencia que ejerce una variable sobre otra, se pide la que indiquen su nivel de influencia del 0 a 3, como se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. *Matriz de expertos*

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10
V1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Después de obtener la información de cada uno de los expertos se procede a calcular la media por cada una de las variables de investigación para así crear la matriz de influencias directas que se utilizar en el software Micmac como se detalla en la Tabla 3.

Tabla 3. *Matriz de variables de estudio.*

	1 : GGID1	2 : PIID2	3 : IITL3	4 : EDAI4	5 : AICE5	6 : ISO6	7 : PDM7	8 : PDA8	9 : PD9	10 : EGEI10
1 : GGID1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2 : PIID2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3 : IITL3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4 : EDAI4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5 : AICE5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 : ISO6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7 : PDM7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 : PDA8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 : PD9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10: EGEI10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Después de la utilización del método de expertos, se procedió consolidar una sola matriz promediando las valoraciones de cada uno de los expertos como se muestran en los anexos, obteniendo así la información necesaria para la elaboración de la matriz de influencias directas como se Después de la utilización del método de expertos, se procedió consolidar una sola

matriz promediando las valoraciones de cada uno de los expertos como se muestran en los anexos, obteniendo así la información necesaria para la elaboración de la matriz de influencias directas como se visualiza en la Tabla 4.

Tabla 4. *Matriz de influencias directas.*

	1 : GGID1	2 : PIID2	3 : IITL3	4 : EDAI4	5 : AICE5	6 : ISO6	7 : PDM7	8 : PDA8	9 : PD9	10 : EGEI10
1 : GGID1	0	3	1	1	2	1	2	2	2	3
2 : PIID2	2	0	2	2	2	2	2	1	2	2
3 : IITL3	1	1	0	2	3	2	2	2	2	2
4 : EDAI4	2	2	3	0	2	3	1	2	3	2
5 : AICE5	3	2	3	2	0	2	3	2	2	2
6 : ISO6	1	1	1	2	2	0	1	1	1	2
7 : PDM7	2	1	2	2	2	1	0	1	2	3
8 : PDA8	2	1	2	2	1	1	1	0	1	2
9 : PD9	2	1	2	2	2	1	1	1	0	2
10 : EGEI10	3	2	3	3	2	1	2	1	2	0

Fuente: Elaboración propia

Con los datos obtenidos en la matriz anterior, se procedió a realizar el plano de influencias y dependencias directas, donde se pudieron clasificar las variables estudiadas, como se muestra en la ilustración 1, con la ayuda del software Micmac que se utilizó como herramienta para el análisis de dichas variables.

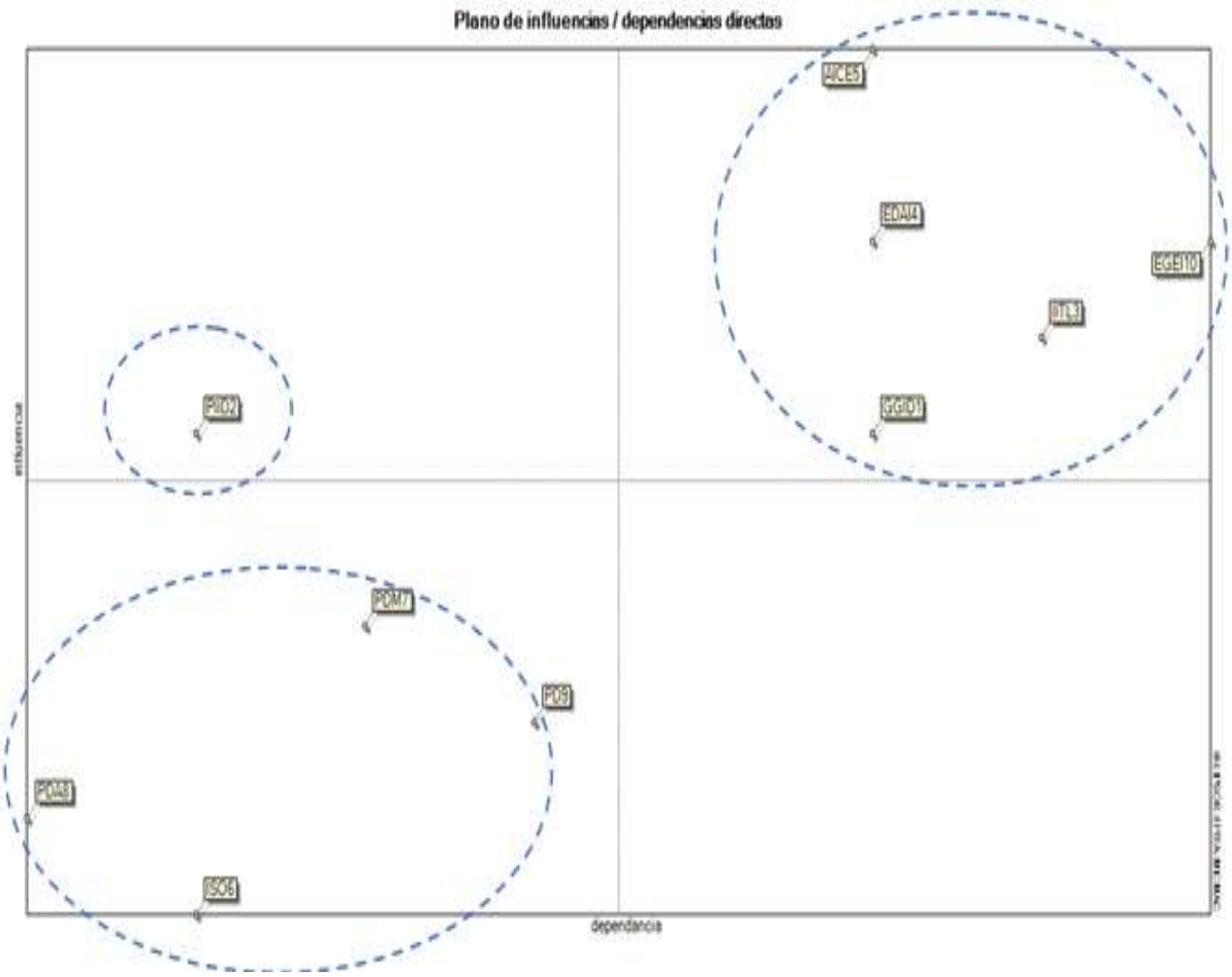


Ilustración 1. Plano de Influencia / Dependencia

Fuente: Elaboración propia.

En la ilustración 1 podemos observar 3 categorías (círculos) de variables formadas de acuerdo al resultado que proporcionó el software del análisis Micmac. En el siguiente apartado de resultados se describe de manera detallada la reflexión del análisis en el estudio de investigación de acuerdo a las categorías definidas por la especificación del modelo[2].

<u>Variables Clave. -</u> Son las variables que se encuentran en la zona superior derecha del plano de influencia y dependencia también nombradas variables reto del sistema, donde encontramos las siguientes variables:

- "GGID1" (Gasto gubernamental en I+D en medio ambiente y energía)
- "IITL3" (Inversiones en industrias de tecnologías limpias)
- "EDAI4" (Empresas que han desarrollado actividades de innovación)
- "AICE5" (Actividades de innovación para reducir el consumo de energía)
- "EGEI10" (Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero)

<u>Variables Autónomas. -</u> En el plano de influencia y dependencia se encuentran en la zona inferior izquierda. Son poco influyentes en el sistema, encontramos a las variables:

[2] Se utilizó para los resultados el software LIPSOR-EPITA-MIMAC.

- “ISO6” (Organizaciones registradas en el estándar ISO 14001)
- “PDM7” (Productividad de materiales)
- “PDA8” (Productividad del agua)
- “PD9" (Productividad de la energía)

Variables Entorno.- Se encuentran en la zona media de la parte izquierda del plano de influencia y dependencia, se puede clasificar a la siguiente variable:

- “PIID2” (Personal e Investigadores en Investigación y Desarrollo)

Asimismo, luego de haber identificado las variables más importantes para el análisis del estudio, otorgado por el plano directo, en la siguiente ilustración se muestra el grafico de influencias directas.

Cómo se puede denotar en la Ilustración 2, el gráfico de influencias directas, las influencias más importantes entre variables, representando con líneas gruesas de color rojo las influencias que relacionan 7 de las 10 variables que conforman el modelo.

Se debe recalcar la influencia que ejerce la variable “AICE5” (Actividades de innovación para reducir el consumo de energía); sobre las variables “IITL3” (Inversiones en industrias de tecnologías limpias), “PDM7” (Productividad de materiales) y “GGID1” (Gasto gubernamental en I+D en medio ambiente y energía), esta última variable a su vez ejerce una influencia sobre la variable “EGEI10” (Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero).

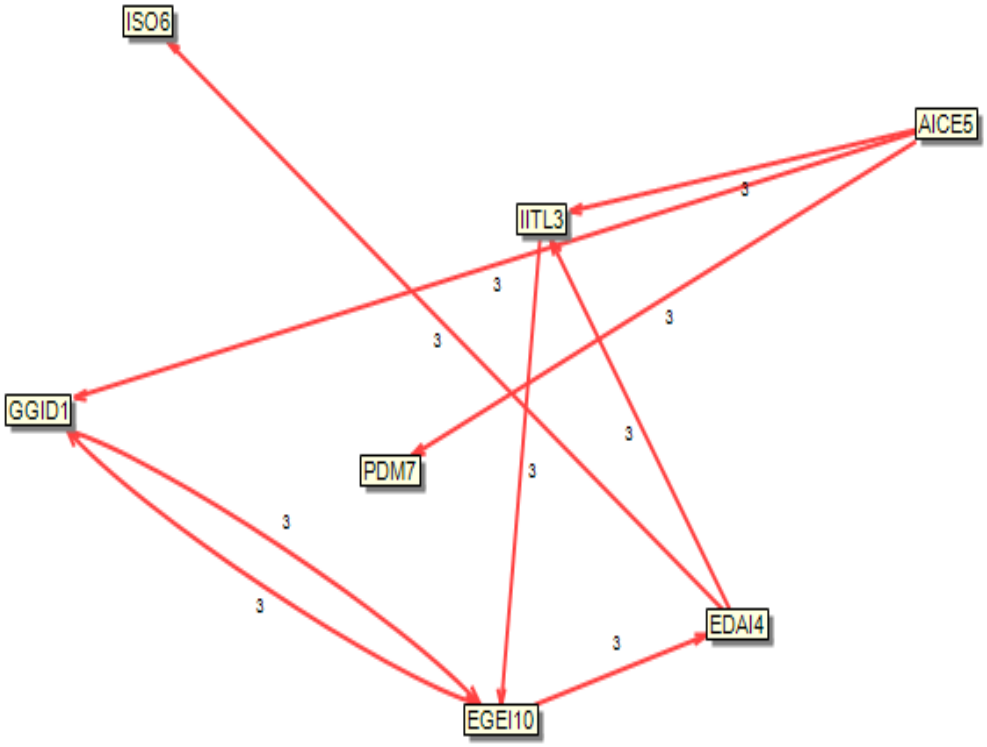


Ilustración 2. Gráfico de influencias directas

Fuente: Elaboración propia.

[3] Se utilizó para los resultados el software LIPSOR-EPITA-MIMAC.

A su vez, la misma variable “EGEI10” ejerce una influencia directa sobre la variable “EDAI4” (Empresas que han desarrollado actividades de innovación), teniendo una relación directa con la última variable del grafico la “ISO6” (Organizaciones registradas en el estándar ISO 14001).

Pero la relación de estas dos variables la “GGID1” y “EGEI10”, es diferente a las demás debido a que ambas ejercen una influencia considerable a una a la otra, lo cual debe ser tomado en cuenta el momento de establecer la propuesta de la investigación.

Luego de haber analizado el grafico de influencias directas, el siguiente paso es de desplegar el análisis sobre el grafico de influencias indirectas, el disminuye la participación de las demás variables, dejando así las más importantes para el desarrollo del estudio.

Entonces, en la siguiente ilustración se presenta el gráfico de influencias indirectas mostrando dos tipos diferentes de líneas que unen a las variables de la matriz, siendo las de color azul las influencias relativamente importantes y la de color rojo las influencias más importantes entre variables, dejando así solo a las variables claves.

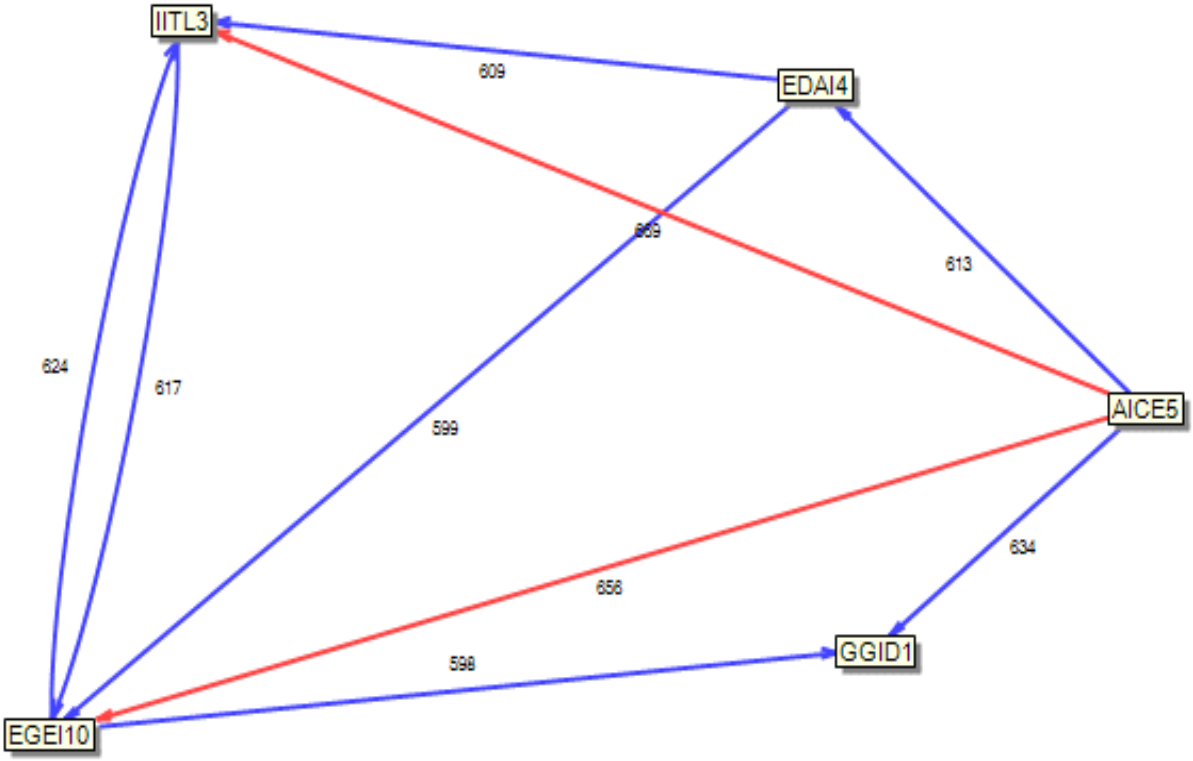


Ilustración 3. Gráfico de influencia indirecta.

Fuente: Elaboración propia.

La influencia que ejerce la variable “AICE5” (Actividades de innovación para reducir el consumo de energía); sobre las variables “IITL3” (Inversiones en industrias de tecnologías limpias) y “EGEI10” (Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero), según el grafico de influencias indirectas.

4. PROPUESTA

Es de gran relevancia considerar las variables claves que se obtuvieron a través del software Micmac, para poder medir así la ecoinnovación con los parámetros posteriormente establecidos para ser aplicado en el país, debido a que no se puede aplicar exclusivamente al cantón de Samborondón por falta de información para el cumplimiento del mismo.

Siendo las variables claves las siguientes:

- Actividades de Innovación para Reducir el Consumo de Energía.
- Intensidad de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.
- Empresas que han Desarrollado Actividades de Innovación.
- Gasto Gubernamental en I+D en Medio Ambiente y Energía.
- Inversiones en Industrias de Tecnologías Limpias.

4.1. Propuesta direccionada hacia las Actividades de Innovación para Reducir el Consumo de Energía.

Aumentar el nivel de Innovación para Reducir el Consumo de Energía: La implementación de actividades de innovación, son de vital importancia por varias razones, las principales son la reducción de en los costos de producción y en el uso de recursos renovales y no renovales, para así preservar de manera sostenida en el tiempo el uso de dichos recursos, es raciono lógico indica que si no se hace nada para reducir el consumo de energía, simplemente se terminara agotando y condenando de esta forma las actividades económicas de todas las naciones en el mundo.

4.2. Propuesta direccionada hacia la Intensidad de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

Reducir las emisiones de gases de efecto invernaderos: Los problemas de contaminación no son algo reciente, es una problemática que la humanidad viene arrastrando desde hace décadas, la novedad es reducido tiempo que tienen los países del mundo para controlar, limitar y reducir sus niveles de contaminación, uno de los principales problemas que a agobiado a la población son los niveles de emisión de gases de efecto invernadero (CO_2), debido a que perforan la capa de ozono permitiendo así la que los rayos solares ingresen con mayor facilidad y aumente la temperatura del paneta. Lo cual es perjudicial tanto para los pobladores como la empresa, la razón por la cual es tan difícil reducir la emisión de gases de efecto invernado, es porque son gases emitidos por los motores de los automóviles, las industrias, incluso los seres humanos expulsan estos gases.
La única forma de cambiar esto es, en el caso de los automóviles optar por su versión eléctrica o menor medida híbridos, los cuales no son muy atractivos en el parque automotriz porque el país no es el escenario idóneo para este tipo de vehículo dificultando su comercialización, para la industriosas un opción posible seria optar por otro tipo de energía alternativa como la hélice, y finalmente para el ser humano seria preservar e incluso aumentar el número de bosque en la región para que transformar el dióxido de carbono en oxigeno limpio, para así poder alcanzar el tan anhelado desarrollo sostenible que tanto desena los países a nivel mundial.

4.2. Propuesta direccionada hacia las Inversiones en Industrias de Tecnologías Limpias

Mejorar el número de Inversión: El Ecuador no es un país muy atractivo para los inversionistas internacionales, por diferentes motivos tales como la excesiva burocracia, los altos impuesto, etc. Pero el principal problema son los ciudadanos ecuatorianos los cuales no tienen una cultura orientada hacia la protección y preservación de los recursos naturales, lo que limita aún más la recepción de inversiones internacionales en el ámbito de tecnologías limpias, lo cual es un serio problema debido a que se está llegando a niveles que son insostenible para el uso de los recursos naturales, además del grado de contaminación. Se deben enfocar los esfuerzos en la difusión de la importancia de cuidado medio ambiental, para así el país resulte más atractivo ante las inversiones extranjeras.

4.3. Propuesta direccionada hacia las Empresas que han Desarrollado Actividades de Innovación

Mejorar las Actividades de Innovación: El número de empresas en el país que realizan actividades de innovación es efímero, lo cual es muy preocupante para una país como el Ecuador que posee un potencial para llegar a ser un país completamente desarrollado, para alcanzar el objetivo de que la actividades de innovación ejecutadas por las empresas locales se debe realizar un esfuerzo colectivo por parte del estado ecuatoriano, las empresas privadas y los pobladores, para que así se puede alcanzar un desarrollo sostenible respetando las limitación que presentan los recursos no renovable los cuales son la principal fuente de ingresos para el estado, se debe limitar el uso y explotación de dichos recursos para así cambiar una vez por todas la historia del Ecuador .

4.5. Propuesta direccionada hacia el Gasto Gubernamental en Innovación y Desarrollo en Medio ambiente y Energía

Mejorar la innovación: El gobierno de la república del Ecuador debe invertir una gran cantidad de su presupuesto anual en la implementación o mejoramiento de la innovación en los procesos productivos los cuales le brindaría a los productos nacionales un plus o valor agregado que le permitiría competir con los demás productos que ofertan el resto de países del mundo, cosa que no se da en la actualidad, mejor dicho no se implementa correctamente o ni siquiera se implementa debido a su alto costo que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas asumir dichos costos, es ahí donde el estado debe actuar con incentivo para que las empresas mejoren su proceso productivo, el estado debería brindar un subsidio o un facilidades de crédito para que las empresas se animen a cambiar su visión de negocios y trasformar la estructura productiva del país.

Mejorar el Desarrollo: Para que el país pueda tener una mejora en su desarrollo en general, el gobierno nacional debería enfocarse en otorgar y su vez exigir una educación de calidad con estándares mundiales, esto lo alcanzaría mediante convenios institucionales y científicos con diferentes países a nivel mundial, por la sencilla razón que si educación no puede haber un desarrollo sostenido en el tiempo que tomo en consideración las necesidades, tanto humanas como ambientales. Es por

esto que es necesaria la ciencia para poder cambiar el rumbo que atraviesa actualmente el país.

CONCLUSIONES

La ecoinnovación en conclusión, es una teoría que busca unificar o anexar a la innovación con la ecología, debido a que la innovación es un pilar fundamental para poder alcanzar el desarrollo sostenible, sin embargo se debe orientar a la preservación de los recursos naturales para las próximas generaciones, además de reducir los niveles de contaminación generados por los obsoletos procesos productivos en el país, apareciendo la ecoinnovación como una respuesta para impulsar el uso nuevas tecnologías amigables con el medio ambiente.

Mediante el uso del software Micmac se puedo establecer las variables claves para la medición de la ecoinnovación en un país como Ecuador, lamentablemente la situación actual no es muy favorable para que se hable de ecoinnovación cuando todavía no se puede hablar en profundidad acerca de la utilización de la innovación, muchos menos de alcanzar un desarrollo sostenible en algún futuro cercano.

Es primordial para cualquier cantón del país que desea ser referente a nivel nacional de innovación, mantenerse siempre a la vanguardia en los últimos adelantos tecnológicos. Por ello es necesario proponer una nueva tendencia que atienda las necesidades tanto en el campo de la innovación como en el campo medio ambiental, una forma de alcanzar este objetivo es mediante al uso de la ecoinnovación o innovación ecológica que busca ser una alternativa a las dos más grandes problemáticas que presenta el cantón de Samborondón y el país en generar, poder transformar la matriz productiva, además de preservar los recursos naturales para las generaciones futuras, una alternita es adoptar la teoría de la ecoinnovación lo más pronto posible porque si se retrasa su uso por aun más tiempo tal vez el daño producido al medio ambiente por las malas prácticas en el proceso productivo, sea irreversibles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, J. (2014). Modelo para la implementación de procesos de Eco Innovación en el sector industrial Colombiano. *(Doctoral dissertation, Universidad del Rosario)*.

Alva, R. M., & Díaz, J. O. (2018). Herramientas MICMAC y MACTOR para el análisis estratégico y prospectivo. En L. E. León, & e. al, *Análisis Político y Administrativo* (págs. 27 - 48). Mexico DF: Ediciones La Biblioteca, SA de CV.

Camelo, G., & Treviño, A. (2014). Capitulo 6 El análisis estructural. En G. y. Osorio, *Métodos Prospectivos: manual para el estudio y construcciónd el futuro.* Mexico: Paidós.

Carrillo-Hermosilla, J., del González, P. R., & Könnölä, T. (2009). What is eco-innovation? En *Eco-innovation.* (págs. 6-27). London: Palgrave Macmillan.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (6a edición ed.). México, México: McGraw-Hill.

Rovira, S., Patiño, J. A., & Schaper, M. (2017). Ecoinnovación y producción verde: una revisión sobre las políticas de América Latina y el Caribe. *CEPAL*.

Santa Cruz Rodríguez, D., Domínguez Allende, T., & González Laucirica, Á. M. (2015). EL TURISMO DE NATURALEZA Y EL DESARROLLO AMBIENTAL SOSTENIBLE. . *Revista Científica ECOCIENCIA*, 1-14.

Saucedo, E., Rullán, S., & Laos, E. H. (2016). Crecimiento económico y ecoinnovación en la Unión Europea. *Cuadernos económicos de ICE*(91), 55-72.

Tirado, P. (18 de Julio de 2016). *Proquest.* Obtenido de https://search.proquest.com/docview/1804846926?accountid=130858

Velázquez-Castro, J. A., & Vargas-Martínez, E. E. (2015). De la innovación a la ecoinnovación. Gestión de servicios en empresas hoteleras. *Revista Venezolana de Gerencia, 20*(70), 268-281.

003. INVASIÓN DE CARACOL EN LOS CULTIVOS DE ARROZ Y SU DEPREDADOR BIOLOGICO EL GAVILÁN CARACOLERO

Autores:

MSc. Magaly Peñafiel Pazmiño, mpenafiel@ecotec.edu.ec, Universidad Tecnológica ECOTEC, docente, Guayaquil, Ecuador

MSc. Alida Vallejo López, alida.vallejol@ug.edu.ec, Universidad de Guayaquil, docente, Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

Desde su introducción a mediados de los años 2000, el caracol manzana, *Pomacea canaliculata* se ha extendido por las tierras bajas del sur de Ecuador y tras las graves inundaciones en las provincias de Guayas y Los Ríos en 2008, el caracol ha invadido la mayor parte de las principales regiones arroceras de Ecuador. Este documento recopila información bibliográficas sobre la invasión del caracol y la importancia de *Rostrhamus sociabilis* como depredador de *P. caniculada*, datos de encuestas gubernamentales, entrevistas a agricultores, impacto en los cultivos de arroz de la invasión de caracoles y las prácticas de manejo preferidas por los agricultores en respuesta a las altas densidades de caracoles.

La invasión de caracoles en Ecuador ha sido fundamentalmente diferente de otras invasiones regionales, debido a la presencia de un depredador de caracoles especializado, el gavilán caracolero. Los agricultores han optado constantemente por controlar los caracoles utilizando insecticidas y molusquicidas a pesar de las capacitaciones por parte del gobierno sobre métodos de control alternativos, además los agricultores perciben a los gavilanes como depredadores beneficiosos, pero no han sido proactivos en mejorar el número de cometas o su eficiencia. Se presenta recomendaciones para el manejo sostenible del caracol en Ecuador.

Palabras Clave:caracol, invasión, gavilán, arrozales, depredador, prácticas de manejo

ABSTRAC

Since its introduction in the mid 2000s, the apple snail, *Pomacea canaliculata*, has spread through the lowlands of southern Ecuador and following severe flooding in the provinces of Guayas and Los Rios in 2008, the snail has invaded most of Ecuador's major rice regions. This document compiles bibliographic information on snail invasion and the importance of *Rostrhamus sociabilis* as a predator of *P. caniculada*, data from government surveys, farmer interviews, impact on rice crops of snail invasion, and preferred management practices of farmers in response to high snail densities.

The snail invasion in Ecuador has been fundamentally different from other regional invasions due to the presence of a specialized snail predator, the snail hawk. Farmers have consistently chosen to control snails using insecticides and molluscicides despite government training in alternative control methods, and farmers perceive sparrowhawks as beneficial predators, but

have not been proactive in improving kite numbers or efficiency. Recommendations for sustainable snail management in Ecuador are presented.

KEYWORDS: snail, invasion, sparrowhawk, rice paddies, predator, management practices

INTRODUCCION:

La especie caracol Pomacea, es considerada una de las 100 especies invasoras más importantes del mundo (Base de datos mundial sobre especies invasoras, 2013), este caracol acuático es originario de Sudamérica (Argentina) pero se ha extendido (por aire y por introducción deliberada) a varias regiones fuera de su área de distribución nativa, esta especie se encuentra establecida en América del Sur al oeste de los Andes (Chile y Ecuador), en América del Norte (EE.UU.), Asia oriental y sudoriental, y más recientemente en Asia meridional (Pakistán) (Hayes, Cowie, Thiengo, & Strong, 2012; Horgan, Stuart, & Kudavidanage, 2014). En el Ecuador este molusco fue detectado por primera vez en 2005, y desde ese tiempo se extendió en la mayoría de las principales regiones arroceras del Ecuador. Sólo en 2013, las pérdidas en el sector arrocero fueron causadas por este caracol y se estimó una pérdida de más de 56 millones de dólares. A pesar de la importancia de los caracoles para el sector arrocero, existen pocos informes detallados sobre la dinámica de las invasiones de caracoles en las regiones arroceras o sobre el impacto económico, tan importante o ecológico de estas invasiones para el sector arrocero (pero no se dispone de datos sobre el impacto de estas invasiones en el sector arrocero).

Actualmente el caracol es considerado una plaga de importancia económica para el sector arrocero con infraestructura bajo riego, el principal vehículo para la diseminación del caracol es el agua, aprovecha las corrientes lentas para desplazarse en los canales de riego. Los adultos quedan en las aguas represadas y realizan sus posturas en cualquier planta, objeto sólido o maleza, se alimenta de plantas de arroz, especialmente de hojas tiernas de la siembra directa o de trasplante temprano, que son las más susceptibles. Los caracoles es un componente esencial de la dieta de un diverso grupo de aves, incluyendo varias especies de patos, limícolas, gallinuelas, cigüeñas y de otras especies animales, incluyendo tortugas y jóvenes cocodrilos. Sin embargo, los cultivadores de arroz ecuatorianos tienen una gran ventaja a la hora de tratar con los caracoles en comparación con sus homólogos asiáticos: el gavilán caracolero que su dieta es alimentarse de caracoles.

El gavilán caracolero (*Rostrhamus sociabilis*) es un rapaz de hábitos especializados en el consumo de moluscos acuáticos del género Pomacea (caracol), este tipo de asociación hace que el gavilán y otras aves realicen movimientos poblacionales según sea la disponibilidad de alimento que existan en los arrozales, el gavilán se encuentra clasificado como de alto interés conservacionista en el Plan de Conservación de las Aves Acuáticas de Norteamérica (Denis & Rodríguez–Ochoa, 2017), por su estado de amenaza y la dependencia de los moluscos del género Pomácea, este tipo de estrategia de alimentación probablemente varíe en función de la estación, la disponibilidad de presas y los factores climáticos, lo que pueden reflejarse en su comportamiento.

Los gavilanes típicamente capturan los moluscos y los transportan a perchas puntuales para la extracción de las partes blandas. En este sitio les remueven el opérculo con el pico, cortan el músculo de la columela con la parte superior del pico y extraen el cuerpo, abandonando las conchas vacías que se acumulan en estos sitios (SNYDER N. F., 1969; Voous & Van Dijk, 1973). Además presentan un patrón de selección de sus presas sesgado fuertemente hacia los tamaños medianos; posiblemente, los gavilanes caracoleros mayores, a pesar de tener mayor biomasa, son mucho más difíciles de manipular con sus garras, reforzado esto por el hecho de que el 8% de las conchas depositadas en los comederos con marcas del pico, pero

aún con los moluscos dentro, indicativo de fallo en la extracción, son significativamente mayores a las consumidas (Beissinger S. , 1983).

Examinamos las tendencias en la invasión del caracol manzana en Ecuador y las respuestas de las cometas de caracol en toda el área. En base a nuestros resultados, discutimos las posibilidades de establecer enfoques integrados para el manejo del caracol que incluyan la conservación de depredadores significativos como el cometa caracol.

El presente estudio constituye una investigación bibliográfica sobre la invasión del caracol en los cultivos de arroz y la importancia de *Rostrhamus sociabilis* como depredador de *P. caniculada*.

DESARROLLO

Los caracoles del género pomacea dañan el arroz al alimentarse de plántulas de arroz poco después de la siembra o el trasplante y sin métodos adecuados de control cultural, pueden causar pérdidas de entre el 30 y el 100% de las plántulas (Wada , 2004; Teo, 2003). Los caracoles generalmente evitan las plantas de arroz más viejas debido al mayor contenido de materia seca específica (es decir, plantas más resistentes) (Yanes Figueroa, J, Almazan, & Horgan, 2014). Existen tres factores que interactúan para determinar los niveles de daño: 1) la densidad de los caracoles; 2) la edad o el tamaño de las plántulas de arroz; y 3) la profundidad del agua (Teo, 2003). Cada uno de estos factores puede estar relacionado con los métodos de establecimiento del cultivo de arroz y las prácticas de cultivo.

P. canaliculata fue descubierta en Ecuador en 2005 donde causó graves daños al arroz (Felix, Icaza , Sánchez , & Barzola, 2011), son moluscos gasterópodos de la familia Ampullariidae, que representan en su mayoría importantes plagas invasoras. Su biología y etiología la hacen muy peligrosa, no sólo por los daños que ocasiona en el cultivo del arroz, sino también, por el riesgo ambiental que supone para los hábitats naturales donde se instala, es una especie herbívora muy voraz que se alimenta de numerosas especies de plantas acuáticas de fácil digestión. Realiza las puestas fuera del agua, en masas compactas sobre superficies duras o vegetación acuática.

El medio para la diseminación, alimentación y multiplicación de este molusco es el agua, su dispersión es por flotación y traslado en el sentido de la corriente (pasiva) y reptando por el suelo contra la corriente fluvial (activa). Los adultos quedan en las aguas represadas y realizan sus posturas en cualquier planta, objeto sólido o maleza. Presentan una alta tasa de reproducción, e incluso pueden sobrevivir bajo severas condiciones ambientales como la contaminación o niveles bajos de oxígeno, extendiéndose rápidamente en los hábitats de agua dulce donde se han introducido Ataca las plantaciones de arroz en su primera fase de crecimiento. Las plántulas de 15 días de tras-plantadas son vulnerables al ataque del caracol; así mismo las sembradas por semilla de 4-30 días. Devora la base de las plántulas jóvenes; incluso puede consumir toda la planta en una sola noche.

Esta invasión ha sido diferente de las invasiones anteriores a las regiones arroceras tropicales (es decir, el sudeste asiático) porque se trata de la introducción de un caracol en una región con un depredador altamente especializado de caracoles. Las gavilanes caracolero son reguladores potenciales de las poblaciones de caracol manzana que responden

espacialmente a las altas densidades de caracol aumentando la actividad de forrajeo (Beissinger S. , 1983; Darby, Fujisaki, & Mellow, 2012). Aunque el gavilán caracolero nunca ha sido introducido con fines de control biológico, es tentador sugerir que el gavilán desempeña un papel importante en el mantenimiento o reducción de los caracoles a bajas densidades en las regiones nativas. El monitoreo de los eventos relacionados con la introducción de *P. canaliculata* y su propagación en Ecuador podría ayudar a determinar el papel de los gavilanes caracoles en la regulación de las poblaciones de *Pomacea sp*. y debería contribuir a la comprensión de la dinámica de estos caracoles invasores en general.

MASA DE HUEVOS

Las masas de huevos, de color rosa - rojizo brillante y con el tiempo, adquieren un tono blanquecino, se depositan por encima de la línea de flotación, sobre cualquier tipo de vegetación o cosas cercanas (ramas, estacas, piedras, o malezas, etc.) que se encuentren sobre la superficie del agua, lo que impone una labor adicional para las hembras. El comportamiento nocturno de ovoposición probablemente reduce los riesgos de la depredación y desecación de los huevos. En laboratorio, se han registrado oviposturas durante la vida útil del caracol en un rango de 1.316 a 10.869 huevos por hembra (media: 4.506), distribuidos en 8 a 57 masas de huevos. A demás las hembras pueden almacenar espermas durante 140 días, por lo que posee hasta 3.000 huevos viables a lo largo de este periodo. En dos o tres meses alcanzan la madurez sexual y son capaces de reproducirse.

P. canaliculata muestra apareamiento selectivo en relación al tamaño. En ensayos de laboratorio, los machos prefieren a las hembras grandes, pero las hembras no muestran ninguna preferencia. En contraste, independientemente del tamaño del macho, el esperma transferido después de una inseminación permite a la hembra desovar repetidamente sin que haya nuevo contacto con el macho. El tamaño de la hembra esta positivamente relacionado a la fecundidad y también a la cantidad de huevos, así, eligiendo a hembras grandes probablemente se incremente el número y calidad de la descendencia obtenida (Estebenet & Marín, 2002). El tamaño de los caracoles varía mucho y puede estar relacionado con una serie de factores medio ambientales, incluido el tamaño de habitad, variaciones micro climáticas diferentes regiones hídricas y la densidad de población. (Cowie, 2006)

MEDIO DE DISEMINACIÓN:
Los caracoles pueden diseminarme mediante los siguientes puntos.

- En el lodo de vehículos, maquinarias y trayendo de otros suelos los semilleros infestados de caracol sin darse cuenta (Ferguson, 2005)
- Los caracoles se movilizan con las corrientes de agua (zanjas, arroyos, canales) (Ferguson, 2005)
- Diseminación para su venta en acuarios.
- Se los transporta a diferentes lugares con fines medicinales (cosméticos), alimento o mascota.

HOSPEDEROS EN ECUADOR

Su hospedero es el cultivo de arroz (Oryza sativa) en condiciones de inundación. En el siguiente cuadro se indica los hospederos de P. canaliculata: Según Agro calidad (1998), los hospederos en el Ecuador son:

Nombre Científico	Nombre común
Azolla sp.	azolla
Chara sp.	chara
Colocasia esculenta	Tara
Cyperus monophyllus	cyperus
Eichornia sp.	Water hyacinth
Ipomoea aquatica	Swamp morning - glory
Nelumbo nucifera	Lotus
Oryza sativa	Arroz
Pistia sp.	Pistia
Tropa bicornis	Castaña de agua
Vallisneria sp.	Vallisneria
Zizania latifolia	Arroz silvestre
Scircus californicus	Southern bulrush

Elaborado por: Magaly Penafiel

ROSTHRAMUS SOCIABILIS

SITUACIÓN ACTUAL

El gavilán caracolero también llamado elanio caracolero/ Everglade Kite, snail Kite, es una especie neotropical que tiene poblaciones en el sur de la Florida en Estados Unidos (National Geographic Society, 1987) y se distribuye en Bahamas, Cuba, México, Belice, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Trinidad, Guyana, Surinam, Guyana Francesa, Ecuador, Bolivia, Brasil, Paraguay, Uruguay, Argentina y Chile (Fitzpatrick, Stotz, Parker, & Moskovits, 1996), desde Argentina a Uruguay (Reicher t, Cattau, & Fletcher, 2012). En el Ecuador se encuentra desde Esmeraldas en Atacames, la Chamera de Same y otros humedales (Best, R, & T, 1996) en bosques inundables y en general en áreas donde existe gran cantidad de caracoles. Hacia el sur ha sido observada en Manabí, Guayas y en la Amazonia, en la zona del Cuyabeno, Limoncocha y Yasuní.

En el Ecuador se encuentra Vulnerable porque su área de extensión estimada es menor a 2000 km2 y presenta una declinación continua observada basada en la disminución de su área de extensión y en la calidad de su hábitat (Granizo, T, M, C , & R, 1997). El nombre de “sociabilis” se debe a su comportamiento gregario. Antiguamente se agrupaban en bandadas de 200 individuos o más. Actualmente se los encuentra en grupos de 10 a 15 individuos o aislados, parados en los postes de electricidad o telefónicos, junto a canales de agua y a lo largo de las carreteras que atraviesan lo que antes fueron los grandes humedales de la costa. La población está muy disminuida tanto en la Costa como en la Amazonia.

Las aves rapaces son un grupo especializado en el consumo de carne, principalmente de animales vivos; se encuentran dentro de cuatro órdenes, tres de ellos correspondientes a las

“rapaces diurnas”: Cathartiformes, Accipiriformes y Falconiformes, y uno correspondiente a las “rapaces nocturnas”: Strigiformes (Remsen et al. 2012). Las aves rapaces en general representan un grupo relativamente bien conocido a nivel global (Del Hoyo, Elliot , & Sargatal, 1994). Han sido históricamente consideradas y propuestas como un excelente grupo de estudio para abordar diferentes problemas de interés biológico así como de conservación de la biodiversidad (Sergio et al. 2008). A nivel Neotropical se conocen actualmente 102 especies de rapaces diurnas y 75 de rapaces nocturnas (Remsen Jr, J. V, C. D, & A , 2012) de las cuales en Uruguay han sido registradas 28 (27%) y nueve (12%) respectivamente (Claramunt & J. P, 2004). Entre sus características se encuentran: picos ganchudos con bordes afilados, los cuales pueden variar en forma y estructura según la especie; patas con garras curvas, fuertes y afiladas, que pueden llegar a matar a pequeños mamíferos; oído diseñado para lograr detectar eficazmente a su presa; y visión binocular, tres veces más aguda que la de los humanos (Méndez, Curti, de Montuto, & Benedetti, 2006)
En Florida los gavilanes cazan principalmente sobre extensiones de aguas poco profundas de ciénagas (entre 0.2-1.3 m) con lirio acuático blanco (*Nymphaea odorata*) y en praderas húmedas o llanos de “spikerush” (*Eleocharis elongata* y *E. cellulosa*), en sitios extensos con juncos (*Cladium jamaicensis*) o tifas (*Typha domingensis* y *T. angustifolia*) o en ríos llanos, corrientes o lagos de poca profundidad. Aproximadamante el 97% de los intentos de caza los hacen en ciénagas y en praderas inundadas.

ABUNDANCIA Y COMPORTAMIENTO DEL GAVILAN CARACOLERO

Las gavilanes caracoleros son abundantes en muchos sitios infestados de P*. canaliculata*, especialmente cerca de las zonas inundadas y con cultivo de arroz de las provincia del Guayas (Daule-Salitre, Samborondón, Milagro, Naranjito), Los Ríos (Babahoyo), y Manabí (Portoviejo), esta abundancia se correlaciona con la abundancia del caracol (número de masa de huevos) y se los como depredadores benéficos de los caracoles.

Son los mejores predictores del paisaje de la abundancia del caracol fueron la extensión del arroz temprano (tierra inundada), preparada para la plantación, plantada o trasplantada y vegetativa temprano.

ACTITUD DE LOS AGRICULTORES HACIA LOS GAVILANES CARACOLEROS

De acuerto (Hooper, y otros, 2005) en su estudio reconocen que los 73 agricultores interrogados específicamente reconocieron a las cometas como depredadores benéficos de los caracoles manzana, 20% de los agricultores indicaron que habían visto gavilanes caracoleros varios años antes de que P. canaliculata fuera introducida en Ecuador; el 50% notó por primera vez la presencia del aves en el mismo año en que encontraron P. canaliculata en su tierra, mientras que el 30% restante recordaba haber visto por primera vez a las aves. También los agricultores reconocen haber visto gavilanes caracolero muertos por contaminación de químicos en caracoles por lo cual han tomado algunas acciones para aumentar las densidades del gavilán caracolero, entre las que se incluyen el stop-ping en la caza y tiro de cometas, el mantenimiento de las perchas, reducir los pesticidas, o mantener el hábitat para el de aves, (varios agricultores indicaron que llevaron a cabo más de una actividad de conservación).

CONTROL BIOLOGICO

El término Control Biológico se refiere, por un lado, al fenómeno natural que consiste en la regulación del número de plantas y animales por medio de enemigos naturales (parásitos, predadores y patógenos); por otro lado, al Control Aplicado de Plagas, técnica que incluye la manipulación de esos agentes naturales por el hombre para reducir las pérdidas en agricultura, forestación o productos comerciales (Zerba, 2016). El control biológico de plagas consiste en el uso de enemigos naturales como el ave es muy conocido predador es el gavilán caracolero, con su punta larga y afilado, hace un reconocimiento por las lagunas de arrozales, sujeta el molusco del barro, vuelve al árbol donde con su pico largo, delgado y en forma de gancho extrae el caracol para alimentarse.

En conclusión, podemos decir que los gavilanes son:

- Indicadores sensibles de la riqueza biológica y de las condiciones ambientales.
- Vitales para las condiciones ecológicas del medio natural.
- Tienen un valor ecológico y cultural para la gente, ya sea directa o indirectamente.
- Nos permiten incrementar nuestros conocimientos científicos y nuestra comprensión del medio ambiente.
- Son muy útiles para fomentar una conciencia pública en materia de conservación.

INVERSIÓN DEL GOBIERNO EN EL CONTROL CULTURAL DE LOS CARACOLES

Las encuestas gubernamentales indicaron que el 98% de los 253 agricultores entrevistados durante 2011 habían usado endosulfán para controlar los caracoles y menos del 2% habían usado metaldehído (Agrocalidad, datos no publicados). El personal de Agrocalidad también notó la muerte de varias cometas de caracol en 2011. El récord más alto de cometas muertas de los agricultores encuestados en Daule fue también a partir de 2011 en el punto álgido del uso de endosulfán. En julio del mismo año, la Junta de Riego de Plan América (una gran cooperativa arrocera) solicitó formalmente el apoyo de Agrocalidad para manejar un notable aumento en la incidencia y brotes de *Tagosodes. orizicolus* y RHBV en Daule y Samborondón.

En el Ecuador para reducir el número natural de caracoles (mediante métodos culturales) se realizaron talleres técnicos para coordinar acciones entre las partes interesadas tales como Agrocalidad, MAGAP, APHIS, INIAP e Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, universidades y organizaciones no gubernamentales); también se asesoraron la producción y distribución de carteles, folletos y panfletos; y se ela elaboraron "Manuales de Moluscos" en apoyo de los programas nacionales de monitoreo y actividades comunitarias. Se concentraron en la gestión integrada a través de métodos culturales, incluyendo el uso de mallas para reducir la dispersión de los caracoles en los canales de irrigación; la recolección manual de huevos, juveniles y adultos; el retraso en el trasplante de las plántulas de arroz; la nivelación del terreno; y la disminución de los niveles de agua en los arrozales para reducir el movimiento de los caracoles. El control químico sólo debía ser considerado en los puntos focales o con altos niveles de infestación (sin recomendación de Agrocalidad para ningún tratamiento químico específico) (Agrocalidad A. , 2009; Agrocalidad, 2010) A raíz del elevado uso de insecticidas tóxicos (en particular el endosulfán) por parte de los agricultores para controlar los caracoles, el Gobierno prohibió la venta de endosulfán después del 31 de diciembre de 2010 y su uso después del 31 de diciembre de 2011. En ese momento, el uso del endosulfán

a nivel mundial es controvertido debido a su toxicidad aguda, persistencia y bioacumulación potencial, así como a su papel como disociador endocrino (Amizadeh & Askari Saryazdi, 2011) y bajo la presión de las organizaciones de productores de arroz, en 2012 e 2013, el MAGAP distribuyó 9.000 unidades (en paquetes de 2 kg) de metaldehído (un molusquicida) sin cargo, para reducir la incidencia de daños en los caracoles y animar a los agricultores a dejar de utilizar el endosulfán.

PÉRDIDAS EN EL SECTOR ARROCERO A PESAR DE LA RESPUESTA DEL GOBIERNO ECUATORIANO

Según Agrocalidad, INIAP y MAGAP indica que el caracol sigue extendiéndose y los productores de arroz siguen sufriendo pérdidas de productividad y rentabilidad. Es difícil estimar los niveles de daño de los caracoles a partir de las encuestas a los agricultores y los estudios cartográficos, ya que las estimaciones han sido generalmente posteriores a la gestión. Los agricultores han sufrido pérdidas en la productividad y rentabilidad del arroz. Varios métodos ecológicos y sostenibles para controlar el daño del caracol han sido recomendados a los agricultores a través de agencias gubernamentales; pero estos métodos aparentemente son raramente practicados ya que los agricultores han favorecido en exceso las opciones de control químico. Es evidente que el uso de plaguicidas (insecticidas y molusquicidas) ha permitido un cierto control de los daños causados a los caracoles, pero con un elevado coste para el medio ambiente. Se necesitan más esfuerzos coordinados para promover soluciones sostenibles para el manejo de caracoles (por ejemplo, el trasplante tardío de semilleros de baja densidad, la radiodifusión de plántulas o la mejora del manejo de cuencas hidrográficas) que ya han demostrado su eficacia en Asia (Teo, 2003; Wada, 2006; Yanes Figueroa et al., 2014).

A pesar de la importancia de los caracoles para el sector arrocero, existen pocos informes detallados sobre la dinámica de las invasiones de caracoles manzana en las regiones arroceras o sobre el impacto económico, tan importante o ecológico de estas invasiones para el sector arrocero (pero no se dispone de datos sobre el impacto de estas invasiones en el sector arrocero). Una documentación cuidadosa de la propagación de los caracoles de manzana y su impacto puede ayudar a guiar las respuestas tanto de las entidades gubernamentales como de los cultivadores de arroz a medida que los caracoles se trasladan a nuevas regiones. Los caracoles manzana dañan el arroz al alimentarse del delicado arroz

Tres factores interactúan para determinar los niveles de daño:

1) la densidad de los caracoles;
2) la edad o el tamaño de las plántulas de arroz; y
3) la profundidad del agua (Litsinger y Estano, 1993; Teo, 2003).

Cada uno de estos factores puede estar relacionado con los métodos de establecimiento del cultivo de arroz y las prácticas de cultivo.

En efecto, si las cometas de caracol son los principales reguladores de los caracoles manzana, entonces la dinámica de los caracoles manzana en Ecuador podría aproximarse o emular las condiciones de los campos de arroz brasileños donde los caracoles manzana y las cometas de caracol son concurrentes. Examinamos las tendencias en la invasión del caracol

manzana en Ecuador y las respuestas de las cometas de caracol en toda el área. En base a nuestros resultados, discutimos las posibilidades de establecer enfoques integrados para el manejo del caracol que incluyan la conservación de depredadores significativos como el cometa caracol.

PRINCIPALES AMENAZAS

Esta ave es especialista en alimentarse de caracoles que viven en zonas húmedas. La principal amenaza es la destrucción de los humedales que han sido convertidos en zonas agrícolas y que actualmente utilizan grandes cantidades de herbicidas y plaguicidas. Los agricultores que usaban metaldehído también eran más propensos a reportar problemas con orugas en sus cultivos de arroz.
De acuerdo a estudios mencionan que los agricultores cuyos cultivos de arroz no recibieron ningún tratamiento químico en el caso de los caracoles, se notifica menos problemas con plagas de insectos o enfermedades.

MEDIDAS DE CONSERVACIÓN TOMADAS

Existen poblaciones pequeñas en la laguna de El Canción en la Reserva Ecológica Manglares Churute. Se están protegiendo los humedales dulceacuícolas más importante en la Costa. Está protegido en La Segua, Abras de Mantequilla, Parque Nacional Machalilla, Reserva Ecológica Manglares-Churute, Reserva de Producción Faunística Cuyabe- no, Reserva Biológica Limoncocha, Reserva Jatun Sacha y en el Parque Nacional Yasuní (Best, R, & T, 1996). La Resolución Ministerial No. 105, del 7 de enero del 2000, prohíbe la cacería de esta especie. Se encuentra en el Apéndice II de CITES y en el Apéndice II de la Convención sobre Especies Migrantes.

MEDIDAS DE CONSERVACIÓN PROPUESTAS

Se deben conservar humedales con bosques de llanuras de inundación de gran extensión, especialmente aquellos donde crecen Mimosaseas espinosas que soportan inundaciones estacionales y son fuente de alimento de caracoles. El Gavilán Caracolero se está adaptando a alimentarse también de camarones, crawfish (bogavantes) y peces a falta de caracoles. Se ha solicitado que se protejan los humedales del estero Mojahuevos en la vía Durán Tambo en Guayas, aún sin alguna categoría de protección y que constituyen una gran área de anidación.

CONCLUSIONES

La introducción de caracoles en Ecuador ha tenido consecuencias desastrosas para el sector arrocero por el uso excesivo de químicos por los agricultores tiene varios efectos negativos en el funcionamiento de los ecosistemas de arroz y en la salud de los ecosistemas de humedales. Es evidente que el uso de plaguicidas (insecticidas y molusquicidas) ha permitido un cierto control de los daños causados a los caracoles, pero con un elevado coste para el medio ambiente. Se necesitan más esfuerzos de los entes gubernamentales para promover soluciones sostenibles para el manejo de caracoles (por ejemplo, el trasplante tardío de semilleros de baja densidad, la radiodifusión de plántulas o la mejora del manejo de cuencas hidrográficas) que ya han demostrado su eficacia en Asia (Teo, 2003; Wada, 2006; Yanes Figueroa et al., 2014).

También se encontró que *Rosthramus sociabilis* eran muy abundantes en todas las regiones arroceras incluidas los humedades de Ecuador en 2013, así como en los campos de arroz inundados en las primeras etapas de los cultivos.

Se recomienda que los agricultores adopten medidas para aumentar el número de gavilanes y actividades de una manera proactiva en lugar de pasiva, mejorando el hábitat de las aves. Estos cambios requerirán un manejo a escala de la comunidad y del paisaje que se dirija mejor a través de los gobiernos locales o las cooperativas de agricultores. Y la aplicación de perchas disponibles cerca de las poblaciones de caracoles de alta densidad.

Se considera que es imprescindible desarrollar y aplicar campañas y programas de vigilancia, prevención, control y erradicación de la especie invasora que aumenten la efectividad actual, pero también potenciar líneas de investigación sobre bioproductos presentes en plantas tóxicas para los caracoles y su uso como plaguicidas.

Considerar estudios de investigaciones ecológicas que incluyan la biodiversidad acuática y terrestre por los potenciales impactos de la plaga en especies de moluscos nativos u otros invertebrados/vertebrados que habiten en los cultivos de arrozales.

Considerar realizar y campañas de concientización educativa sobre moluscos plagas en los centros de estudios de las zonas afectadas y actividades académicas nacionales y divulgación científica sobre estrategias para la conservación de *Rostrhamus sociabilis* y la biodiversidad fluvial relacionadas.

BIBLIOGRAFÍA

Agrocalidad. (2010). El Caracol Manzana del Arroz. *Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro*.

Agrocalidad, A. (2009). El Caracol Pomacea sp: Una nueva amenaza para el cultivo de arroz.Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento.

Amizadeh, M., & Askari Saryazdi, G. (2011). Effects of endosulfan on human health. *Webmed Central Toxicol*, 2 (12), WMC002617.

Beissinger, S. R., Donnay, T. J., & Walton, R. (1994). Experimental analysis of diet specialization in the Snail Kite. *The Role Behavioral Conservatism. Oecologia*, 100:54-65.

Best, B., R, W., & T, H. (1996). A Guide to Bird-watching in Ecuador and the Galapagos Islands. *Biosphere Publications U.K.*

Claramunt, S., & J. P, C. (2004). Diversidad de la Biota Uruguaya. *Aves. An. Mus. Nac. Hist. Nat. Antropol*, 10: 1–76.

Cowie, R. (2006). Apple snail as agricultural pests: their biology, impacts and management. *Honolulu. Hawaii*, 26.

Darby, P. C., Fujisaki, I., & Mellow, D. J. (2012). The effects of prey density on capture times and foraging success of course-hunting adult snail kites. Condor 114, 755e763. *Condor*, 114, 755 e 763.

Del Hoyo, J., Elliot , A., & Sargatal, J. (1994). Handbook of Birds of the World. *Volume II. Lynx Edicions. Barcelona*.

Denis, D., & Rodríguez–Ochoa, A. (2017). Modelación matemática del consumo de presas y el flujo de energía asociado a la reproducción de Rostrhamus sociabilis (Aves, Falconiformes). *Animal Biodiversity and Conservation*, 40(2), 221-245.

Estebenet, A., & Marín, P. (2002). Workshop: ”biology of Ampullariidae” Pomacea canaliculata (Gastropoda: plasticity. Biocell, 26(1): 83-89.p. *(Gastropoda: plasticity. Biocell*, 26(1): 83-89.p.

Felix, M., Icaza , A., Sánchez , L., & Barzola, V. (2011). Agrocalidad Informe Annual: Area Vigilancia Fitosanitaria. *Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, Guayaquil, Ecuador*, 15.

Ferguson, C. (2005). *The invasion of apple snails (Pomacea canaliculata) into Hawai'i: A case study in environmental problem solving. On-line.* Obtenido de http://www.ctahr. hawaii.edu/nrem/capstone/2005/apples- nail2-last.pdf.

Granizo, T, T., M, G., C , P., & R, P. (1997). Lista de Aves Amenazadas de Extinción en el Ecuador. *UICN-Sur, CECIA, INE- FAN, EcoCiencia y BirdLife International, Quito, Ecuador*.

Hayes, K. A., Cowie, R. H., Thiengo, S. C., & Strong, E. E. (2012). Comparing apples to apples: clarifying the identities of two highly invasive Neotropical Ampullariidae (Caenogastropoda). *Zool. J. Linn.*, 166. 723 - 753.

Horgan, F. G., Stuart, A. M., & Kudavidanage, E. P. (2014). Impact of invasive apple sails on the functioning and services of natural and managed wetlands. *Acta Oecol*, 54, 90 - 100.

Méndez, P., Curti, M., de Montuto, K., & Benedetti, A. (2006). Las aves rapaces. Guía didáctica de educación ambiental. *Fondo Peregrino. Panamá*.

Reicher t, B., Cattau, C., & Fletcher, J. (2012). Reicher t B. E., Cattau C. E.,Extreme weather and experience influence reproduction in an endangered bird. *Ecology*, 93: 2580-2589.

SNYDER, N. F. (1969). SNYDER, NA com- parative study of mollusc predation by Limpkins, Everglade Kites, and Boat-tailed Grackles. Living Bird 8:177–223.

Teo, S. (2003). Damage potential of the golden apple snail Pomacea canaliculata (Lamarck) in irrigated rice and its control by cultural approaches. *Int. J. Pest Manag*, 49, 49e55.

Voous , K. H., & Van Dijk, T. (1973). How do Snail Kites extract snails from their shells? *Ardea*, 61: 179–185.

Yanes Figueroa, J, J., Almazan, M., & Horgan, F. (2014). Reducing seed-densities in rice seedbeds improves the cultural control of apple snail damage. *Crop Prot*, 62, 23e31.

Zerba, M. (2016). *Control biológico. Recuperado el 10 de Junio de 2016*. Obtenido de de www.cricyt.edu.ar: http://www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/terminos/ContrBiol.htm

ANEXOS.

Foto 1 y 2, Huevos y eclosión de caracol (*Pomaceae caniculata*); Foto 3: *P. caniculata* adulto; Foto 4: Gavilán caracolero (*Rostrhamus sociabilis*), Fot 5 y 6: Cultivo de arroz (*Oryza sativa*), infectado por huevos de caracol.